



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Engenharia

Relatório de Estágio na Empresa Enamorata Criação de uma marca

Ana Margarida Almeida

Dissertação para obtenção do grau de Mestre em
Design de Moda
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutora Maria Madalena Rocha Pereira

Covilhã, Outubro de 2013

Agradecimentos

É com muita satisfação que expresso o meu agradecimento a todos aqueles que tornaram possível a realização deste trabalho.

Gostaria andes de mais agradecer a Professora Doutora Madalena Pereira, orientadora desta tese, pelo apoio, incentivo, disponibilidade e paciência demonstrada em todas as fases que levaram a realização deste trabalho.

A todos os professores e aos funcionários da área têxtil da UBI, que desde do início me receberam com simpatia, e me guiaram desde o primeiro dia.

A Empresa enamorata por me terem recebido de uma forma tão amável, e por me terem dado a oportunidade de crescer a nível profissional.

Aos meus pais, Jinho e Mirita, pelo apoio incondicional em todas as fases da minha vida. Por me terem sempre dado a oportunidade de crescer quer a nível profissional, quer a nível pessoal. A eles devo tudo.

A minha irmã, Sofia, que é e sempre será minha ancora, e que abriu caminho para que eu pudesse crescer. Obrigada por me teres dado ajuda com todas as tuas capacidades linguísticas na construção do relatório, e desculpa qualquer coisa.

Aos meus amigos dos vários pontos do país, eles sabem quem são, que ajudaram a concretizar a tese direta e indiretamente, ao demonstrarem paciência e companheirismo nestes últimos anos de mestrado.

Resumo

Neste relatório de final de estágio estará relatado o trabalho desenvolvido pela Designer e a experiência e competências adquiridas durante nove meses, na empresa “ENAMORATA” sediada em Vila do Conde e especializado em produtos de Moda de Praia.

Ao longo do estágio profissional a Designer aplicou e desenvolveu técnicas de design de moda, design têxtil e design gráfico, competências que já tinham sido adquiridas numa vertente teórica, ao longo do mestrado de Design de Moda na Universidade da Beira Interior.

Desta forma, a Designer pretende demonstrar, com este relatório, a importância da vertente prática que foi o estágio profissional, para a formação profissional e como consequência para a obtenção do grau de mestrado.

Palavras- chave

Moda Praia, Coleção, Fotografia, Lenços dos namorados

Abstract

In this final traineeship report, the designer will describe her work, professional experiences and skills acquired through nine months, while working for Enamorata, a fashion company set in Vila do Conde, specialized in beach wear products.

Throughout her traineeship, the designer enforced and developed some techniques learnt previously during her degree, such as the design in style, textile design and graphic design. The skills acquired during her degree (on ESAD) and master's degree first year (on UBI) allowed the designer to use all her theoretical input in a practical environment.

Therefore, with this report, the designer's intends to prove the importance of a more practical side of a fashion design degree, and also to achieve and accomplish the Master's Degree.

Key- Words

Beachwear, colletion, Fotografia, Love handkerchief

Lista de Figuras

- Figura 1: Ilustração anos 20
Figura 2: Ilustração anos 20
Figura 3: Ilustração anos 20
Figura 4: Fotografia anos 30
Figura 5: Fotografia anos 30¹
Figura 6: Fotografia anos 40
Figura 7: Fotografia anos 40
Figura 8: Fotografia anos 40
Figura 9: Ilustração anos 50
Figura 10: Debbie Reynolds anos 50
Figura 11: Fotografia fato de banho anos 60
Figura 12: Fotografia anos 60
Figura 13: Fotografia Sports Illustrated
Figura 14: Fotografia Sports Illustrated
Figura 15: Fotografia Sports Illustrated
Figura 16: Fotografia Sports Illustrated
Figura 17: Fotografia Sports Illustrated
Figura 18: Fotografia Sports Illustrated
Figura 19: Fotografia Asos
Figura 20: Fotografia Asos
Figura 21: Paleta de cores para de 2013 PANTONE
Figura 22: Bluemarine 2013
Figura 23: Suboo 2013
Figura 24: Aquarella 2013
Figura 25: A.Z. Araujo 2013
Figura 26: White Sands Australia
Figura 27: Agua Bendita 2013
Figura 28: Red Carter 2013
Figura 29: A.Z. Araujo 2013
Figura 30: Lisablue 2013
Figura 31: Aguabendita 2013
Figura 32: Aqua di Iara 2013
Figura 33: Lisablue 2013
Figura 34: Éclairée 2013
Figura 35: Xtra Life Lycra 2013
Figura 36: Poko Pano 2013
Figura 37: Vitamina A 2013
Figura 38: Sauvage 2013
Figura 39: Red Carter 2013
Figura 40: Tendência de Estampado: Gráfico
Figura 41: Tendência de Estampado: Floral

Figura 42: Tendencia de Estampado: ombre
Figura 43: Tendencia de Estampado: Africa
Figura 44: Painei de inspição Primavera/Verão 2013
Figura 45: Lenço das Quadras
Figura 46: lenços dos corações
Figura 47: Lenços das pombas
Figura 48: Cor PANTONE
Figura 49: Cor PANTONE
Figura 50: Cor PANTONE
Figura 51: Cor PANTONE
Figura 52: Cor PANTONE
Figura 53: Cor PANTONE
Figura 54: Cor PANTONE
Figura 55: Pormenor de lenço das quadras
Figura 56: Pormenor de lenço do amor
Figura 57: Pormenor de lenço das quadras
Figura 58: Pormenor de lenço das pombas
Figura 59: Pormenor do Lenço dos cravos;
Figura 60: Pormenor do Lenço Bem me quer
Figura 60: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013
Figura 61: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013
Figura 62: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013
Figura 63: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013
Figura 64: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013
Figura 66: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013
Figura 67: Croqui para a coleção Primavera/Verão 201
Figura 68: Modelo escolhido coleção Primavera/Verão 2013
Figura 69: Modelo escolhido coleção Primavera/Verão 2013
Figura 70: Modelo escolhido coleção Primavera/Verão 2013
Figura 71: Modelo escolhido coleção Primavera/Verão 2013
Figura 72: Modelo escolhido coleção Primavera/Verão 2013
Figura 73: Modelo escolhido coleção Primavera/Verão 2013
Figura 74: desenho á mão
Figura 75: Desenho á mão
Figura 76: Estampado Lovely Green
Figura 77 : Estampado Retro bloom
Figura 78: Estampado BWR
Figura 79: Estampado Night Light
Figura 80: Estampado blossom
Figura 81: Ilustração dos modelos com estampado
Figura 82: Ilustração dos modelos com estampados
Figura 83: Ilustração dos modelos com estampados
Figura 84: Ilustração dos modelos com estampados
Figura 85: Ilustração dos modelos com estampados

Figura 86: Ilustração dos modelos com estampados
Figura 87: Modelo de ficha técnica
Figura 88: Ficha tecnica Bird of Paradise (opção 1)
Figura 89: Ficha tecnica Bird of Paradise (opção 2)
Figura 90: Ficha tecnica Black Swan (opção 1)
Figura 91: Ficha tecnica Black Swan (opção 2)
Figura 92: Ficha tecnica Serpensis (opção 1)
Figura 93: Ficha tecnica Serpensis (opção 2)
Figura 94: Ficha tecnica Tarin (opção 1)
Figura 95: Ficha tecnica Tarin (opção 2)
Figura 96: Ficha tecnica Udu (opção 1)
Figura 97: Ficha tecnica Udu (opção 2)
Figura 98: Ficha tecnica Harpia (opção 1)
Figura 99: Ficha tecnica Harpia (opção 2)
Figura 100: Ficha tecnica Harpia (opção 3)
Figura 101: Ficha tecnica Lori (opção 1)
Figura 102: Ficha tecnica Lori (opção 2)
Figura 103: Ficha técnica Fenix
Figura 104: Ficha técnica Blossom
Figura 105: Ficha técnica Retro Bloom
Figura 106: Ficha técnica BWR
Figura 107: Ficha técnica Night Light
Figura 108: Ficha técnica Lovely Green
Figura 109: Prototipo Harpia
Figura 110: Prototipo Black Swan
Figura 111: Prototipo Fenix
Figura 112: Prototipo Bird of Paradise
Figura 113: Prototipo Bird
Figura 114: Imagens de produto Black swan BWR
Figura 115: Imagens de produto Black swan Retro Bloom
Figura 116: Imagens de produto Harpia (preto)
Figura 117: Imagens de produto Harpia (Vermelho)
Figura 118: Imagens de produto Harpia (Azul)
Figura 119: Imagens de produto Udu (Retro Bloom)
Figura 120: Imagens de produto Udu (BWR)
Figura 121: Imagens de produto Fenix
Figura 122: Imagens de produto Bird of Paradise (Blossom)
Figura 123: Imagens de produto Bird of Paradise (BRW)
Figura 124: Imagens de produto lori (Lovely green)
Figura 125: Imagens de produto Serpensis (Blossom)
Figura 126: Imagens de produto Serpensis (Lovely green)
Figura 127: Imagens de produto tarin (Night Light)
Figura 128: Imagens de produto tarin (Retro bloom)
Figura 129: Sessão Fotográfica: tarin (Retro bloom)

Figura 130: I Sessão Fotográfica: Serpents (Blossom)

Figura 131: Sessão Fotográfica: Fénix

Figura 132: Sessão Fotográfica: Black swan (Retro Bloom)

Figura 133: Sessão Fotográfica: tarin (Night Light)

Figura 134: Sessão Fotográfica: Bird of Paradise (Blossom)

Figura 135: Sessão Fotográfica: Harpia (preto)

Figura 136: I Sessão Fotográfica: Iori (Lovely green)

Figura 137: I Sessão Fotográfica: Udu (BWR)

Índice

Agradecimentos.....	II
Resumo.....	IV
Palavras Chave.....	IV
Abstract.....	V
Key-words.....	V
Lista de Figuras.....	VI
1 Estrutura do Relatório.....	4
2 Capítulo I Função do designer no desenvolvimento de uma coleção.....	5
3 Design de Moda.....	6
3.1 O que é a Moda?.....	6
3.2 Desenvolvimento de uma coleção.....	7
3.2.1 Pesquisa de tendências;.....	8
3.2.2 Escolha do Tema;.....	8
3.2.3 Paleta de Cores;.....	9
3.2.4 Painel de Materiais;.....	9
3.2.5 Painel de Pormenores;.....	9
3.2.6 Esboços;.....	10
3.2.7 Croquis;.....	10
3.2.8 Desenhos Técnicos;.....	10
3.2.9 Estamparia e Bordados;.....	11
3.2.10 Protótipos;.....	11
3.2.11 Escolha dos Modelos;.....	11
3.2.12 Fichas técnicas finais;.....	11
3.2.13 Custo da Peça;.....	12
4.1 Conclusão.....	12
5 Segmentação do Mercado.....	14
5.1 Tipos de Produtores.....	15
5.2 Confeccionadores.....	15
5.3 Fornecedores.....	15
5.4 Sistema produção.....	16
5.5 Identificação de um mercado alvo.....	16
5.6 Tipo de Mercados.....	16
5.6.1 Alta Costura.....	17
5.6.2 Pret-à-porte.....	17
5.6.3 Marcas de Luxo.....	17
5.6.4 Marcas de grande distribuição.....	17
5.8 Posicionamento de marca.....	18

6 Contexto Histórico.....	19
6.1 Anos 20.....	20
6.2 Anos 30.....	21
6.3 Anos 40.....	22
6.4 Anos 50.....	23
6.5 Anos 60.....	24
6.6 Anos 70.....	25
6.7 Anos 80.....	26
6.8 Anos 90.....	27
6.9 Hoje em dia.....	28
Capítulo II Relatório de Estágio	
7.1 Introdução.....	30
7.2 A Empresa.....	30
7.3 O porque da escolha.....	31
7.4 O Estágio.....	31
7.5 Âmbito.....	31
7.6 Local.....	31
7.7 Projeto.....	31
7.7.1 Tendências.....	37
7.7.1.1 Tendências de Verão 2013.....	34
7.7.1.1.1 Cores.....	35
7.7.1.1.2 Modelos.....	36
7.7.1.1.3 Estampados	38
7.8 Painel de Inspiração.....	42
7.9 Lenços dos namorados.....	44
7.10 Temas.....	45
7.11 Cores.....	46
7.12 Desenhos	47
7.13 Modelos.....	48
7.14 Modelos Escolhidos.....	49
7.15 Estampados.....	53
7.16 Estampados Escolhidos.....	55
7.15 Ilustração	58
7.19 Desenhos Técnicos.....	61
7.19.1 Modelos.....	62
7.19.2 Estampados.....	66
7.20 Protótipos.....	71
7.21 Correções.....	74
7.22 Fotografia e produção de moda.....	76
7.23.1 Modelos.....	77
7.23.2 Sessão Fotográfica.....	85
8 Conclusão.....	93
9 Bibliografia	93
10 Netgrafia.....	93

Estrutura do relatório

Numa primeira abordagem, este relatório apresentará a vertente mais teórica deste projeto, destacando a função do designer no desenvolvimento de uma coleção de moda, na segmentação de mercado e ainda o contexto histórico da Moda Praia.

De seguida, será descrito passo-a-passo o plano de construção de uma coleção de praia, a ser apresentado ao mercado em 2013, pela marca.

Serão descritos os principais objetivos da marca, o plano de trabalho, a duração do estágio, a área onde a Designer trabalhou e o que aprendeu durante o tempo decorrido.

Na fase final, serão feitas algumas considerações acerca da dinâmica do projeto, assim como algumas conclusões tiradas pela Designer no final do estágio. Ainda neste momento, será feito um comentário sobre os conhecimentos e competências adquiridas durante a formação, tanto na vertente prática, como na teórica.

Capitulo I

FUNÇÃO DO DESIGNER
NO DESENVOLVIMENTO
DE UMA COLEÇÃO DE MODA

Designer de Moda

O que é a Moda?

“A moda não é algo que existe apenas na roupa. A moda está no céu, na rua, a moda tem a ver com ideias, com a forma como vivemos, com o que está acontecer.”

*Coco Chanel*¹

Falar de moda, é falar de uma linguagem internacional, de um empreendimento global.

Celebrada em vários pontos do mundo, a moda torna-se cada vez mais relevante. Ao estudarmos a história do mundo e das sociedades, é incontornável a presença da moda, pois é ela que dita usos e costumes das diferentes culturas e suas tradições. Não que a moda seja o ponto de partida, mas antes uma passagem obrigatória; vejamos, da mesma forma que conseguimos entender um indivíduo pelas suas expressões faciais, conseguimos também, através da linguagem não-verbal que é a moda, perceber a que sociedade pertence e até o seu status, e ainda alguns traços da sua personalidade. (Jones, 2005; Sarger, 2006; Udule, 2008).

A autora d' *“O Manual do Estilista”*, Sue Jenkyn Jones, afirma que *“compramos e usamos roupas em combinações que são concebidas, deliberada ou inconscientemente, para transmitir às outras pessoas emoções falsas ou verdadeiras sobre nos mesmos. Algumas das características pessoais que desejamos revelar ou ocultar incluem a nossa idade, orientação sexual, tamanho, formas, estado civil, status económico, ocupação, filiação religiosa, autoestima, atitudes e importância.”*

A moda não é só uma questão psicológica e puramente de imagem, mas antes um silencioso empreendimento global que move a sociedade. Assim, cabe ao designer, ao estilista e ao stylist, procurar, estudar e experienciar tudo o que gira à sua volta, para que através do seu trabalho consiga transmitir algum tipo de informação, seja ela real ou pura ilusão. A moda é aquilo que fazemos dela e com ela somos tudo aquilo o que quisermos ser. (Jones, 2005; Sarger, 2006; Udule, 2008).

¹ <http://famousfashionquotes.tumblr.com/>

Designer de Moda

O design de moda é uma forma de arte. Para ser designer de moda é preciso antes de mais ter uma personalidade artística e criativa, e ter a capacidade de combinar cores, tons e sombras. Porém, o lado criativo não anula a necessidade de consciência das necessidades de mercado nesta área, estas duas vertentes têm de estar de acordo com o tipo de público-alvo a que se dedica e as possibilidades financeiras deste. Cabe ao designer descortinar o perfil do consumidor e a situação em que esta será usada, para que possa passar para o papel as suas ideias (conceito bidimensional) e posteriormente torná-la num objeto tridimensional.

Muitas vezes desconsiderado, o trabalho do designer de moda é mais complexo do que apenas criar uma coleção, pois o designer tem de ter a capacidade de antever as necessidades do consumidor e ainda de inovar a cada coleção lançada. Por outras palavras, o Designer de Moda tem de construir algo que alie a funcionalidade e a estética.

Mais, o designer tem de compreender a forma do corpo humano para conseguir chegar ao consumidor, e por vezes criar a ilusão de um corpo ideal através da roupa de desenha. ¹(Jones,2005; Sarger, 2006; Udule, 2008).

Desenvolvimento de uma coleção

Longe da significância dada por um dicionário, a palavra coleção, quando usada em moda, passa de uma mera compilação ou reunião de objetos, para o conjunto de peças que de forma harmoniosa apresentam o ponto de vista de quem as constrói, e cuja a sua conceção e construção são programadas para determinada estação do ano.

A coleção tem de ser pensada até ao mais ínfimo detalhe, para que seja coesa, ou seja, tem sempre de haver um plano de coleção. Neste plano estarão presentes os seguintes pontos: estilo, forma, material, cores, preço e quantidade.

Fazer um plano de coleção é um método fundamental no desenvolvimento de uma coleção de moda, pois para além de facilitar o trabalho do designer, ajuda no processo criativo. É através da coleção que se assegura que a linguagem e imagem de marca para a estação que é marcada.

O plano de coleção é construído a partir de um conjunto de informações, que são recolhidas a partir de pesquisas, previamente realizadas, incidindo nas tendências, no tema, na paleta de cores e materiais, nos pormenores, que dão mais tarde origem a esboços, croquis, desenhos técnicos, estamparia e bordados, protótipos, culminando na escolha de modelos, na fichas técnicas finais e no custo das peças. ¹ (Jones,2005; Sarger, 2006; Udule, 2008).

Descrição das fases do plano de coleção.

Pesquisa de tendências

A rapidez com que o mundo se move, obriga ao designer a uma busca e atualização constantes, e é o estar *em cima do acontecimento* que o vai distinguir de outros designers. As tendências são a base e o guia de criação de uma coleção de moda e o seu uso tem de ter o *timing* correto para que não seja ultrapassado.

A pesquisa é realizada de várias formas, a primeira é na rua, analisar estilos pessoais é a primeira forma de inspiração de um designer, uma vez que ele irá criar para aqueles que o rodeiam; mas para além disso, o designer procura actualizar-se através de revistas, da internet (que é cada vez mais um importante meio de pesquisa), em feiras e desfiles, e até nos livros, já num momento de aperfeiçoamento de técnicas.

Depois desta pesquisa, é preciso que o designer tenha a sensibilidade, para desconstruir o que vê, e daí partir para algo novo, algo seu.

Como muitos designers, Colin McNair, procura as tendências no que o rodeia.

" (...) Visitamos algumas lojas Vintage em Londres, Paris e Nova Iorque, onde adquirimos alguma peças..." (Jones,2005; Sarger, 2006; Udule, 2008).

Escolha do tema

O tema representa o conceito principal da coleção. A definição do Tema, pode ser de escolha livre, como pode ser um tema definido pelas tendências ou pela empresa, aliás a todo o momento, o universo que nos rodeia oferece uma fonte inesgotável de inspiração, desde olharmos para a natureza ao nosso redor, vemos uma fotografia numa revista ou até mesmo ao observarmos o padrão de um tecido. O que nunca podemos esquecer é que o tema deve ter sempre alguma ligação com as tendências da estação. Markus Lupfer, designer, procura os seus temas em bibliotecas e em sítios diferentes, que ajudem a inspirar. "(...) Realizo uma investigação previa,(...) em bibliotecas e mercados, a procura de temas e inspiração." (Jones,2005; Sarger, 2006; Udule, 2008).

Paleta de cores

No desenvolvimento de uma coleção é preciso construir uma paleta de cores, que têm de partir do tema e das imagens que suportam a coleção.

Normalmente, as cores são apresentadas, nos painéis de ambiente, onde para além das cores, estão os respetivos nomes, e imagens que ajudarão a escolher o leque de cores. Ainda, o designer terá sempre de ter em conta o valor das cores, isto é, consoante a sociedade em que está inserido ou para a qual irá criar uma coleção, a cor poderá ganhar um valor mais ou menos relevante, pela sua significância, aliás, em muitos dos casos, será a cor que vai dar força a uma peça ou coleção de moda.

Para o Designer de Moda Giles Deacon a criação de cores é algo intuitivo. Este começa por desenhar com cores como o preto e azul, e a partir daí, começa e colocar outras cores novas. "A eleição de uma cor representa um grande problema" (Jones,2005; Sarger, 2006; Udule, 2008).

Painel de materiais

Os tecidos são a principal matéria-prima da indústria da confecção, mas há sempre outros materiais que esses serão apresentados noutro painel.

Estes tecidos são escolhidos pelo designer, mas também eles terão de seguir as tendências, sempre de acordo com a estação.

Nestes painéis, têm que estar presentes as seguintes informações: nome do tecido ou referência da composição, fabricante e gramagem.

Os valores de custo também têm de estar presentes, pois se o material tiver um custo elevado, irá reflectir-se no valor do produto final, tornando a peça menos acessível à população em geral.

O designer Richard Nicoli procura os seus materiais em fabricas ou compra através de agentes comerciais que têm os melhores materiais do mercado. "Nas fabricas de tecidos(...) e através de agentes comerciais..." (Jones,2005; Sarger, 2006; Udule, 2008).

Paleta de pormenores

Na Paleta de Pormenores estão presentes os seguintes aspetos: os pormenores essenciais de construção da peça, para que esta seja bem construída (linhas, etiquetas, fechos, botões, elásticos, entretelas, ...) como também os materiais decorativos (fechos decorativos, falsos bolsos, etiquetas decorativas, franjas, etc.)

Esta paleta tem que conter, em todos os objetos, as informações básicas, como a descrição, o fornecedor, as cores e o preço por metro. (Jones,2005; Sarger, 2006; Udule, 2008).

Esboços

Depois de encontrar o tema de uma coleção, construir a paleta de cor, decidir os tecidos e escolher pormenores, o designer passa a criar pequenos esboços, inspirados nos temas e nas imagens recolhidas.

Este esboço, tal como a palavra indica, não é um artigo final, mas antes a base para os croquis finais. Podem ser considerados como auxiliares para o desenvolvimento de uma ideia final.

A designer Emily Craig, diretora de design da DKNY, começa as suas coleções com esboços e depois passa para o manequim."(...) Inicialmente, começo por fazer esboços, e trabalho também com um manequim (...)" (Jones, 2005; Sarger, 2006; Udule, 2008).

Croquis ou ilustração

Um croqui é um desenho estilizado das peças imaginadas para uma coleção. Este desenho é considerado um desenho de moda ou, dependendo da qualidade, uma ilustração de moda.

Estes são desenhos simples onde apenas o lado estético prevalece.

O conjunto dos croquis pode ser uma grande ajuda, pois estes permitem visualizar antecipadamente a coleção que daí irá surgir. (Jones, 2005; Sarger, 2006; Udule, 2008).

Desenhos técnicos

Os desenhos técnicos explicam exatamente a visão do designer. Este desenho é, normalmente, desenvolvido em softwares próprios para a indústria como é o caso do Kaledo da Lectra Systems ou os genalistas como Illustrator. As pequenas empresas recorrem normalmente aos generalistas por falta de orçamento para os especializados.

Nestes desenhos técnicos não aparece um busto ou um corpo, é apenas apresentada a peça, e com ela aparecem também as informações necessárias para a sua construção. Devem ainda estar presentes as especificações de construção, os detalhes, a posição dos botões e todo o tipo de informação necessária para dar a modelista, no momento de concretização da peça.

O desenho técnico normalmente não tem cor, apenas desenha-se a frente e as costas da peça, evidenciando-se os pormenores necessários e que farão com que a peça se destaque. (Jones, 2005; Sarger, 2006; Udule, 2008).

Estamparia e Bordados

Os estampados e os bordados são pormenores que podem enriquecer a peça, quer a nível monetário, como em termos estéticos. Estes podem ser processos mecânicos, como métodos artesanais, têm de ter uma ficha técnica própria onde devem estar mencionadas as medidas, cores, linhas, composição do material, entre outras.

Os estampados nem sempre são da própria designer. Shelley Fox, é uma designer de moda e de tecidos, e por vezes faz parceria com designers e ilustradores." (...) Trabahei com a Designer Tomoko(...) na criação de tecidos confeccionados a mão". (Jones, 2005; Seivewright, 2007; Hallet, 2010)

Protótipo

O protótipo é o exemplar, a primeira peça produzida. Esta peça será a cobaia, onde serão testados todos os fatores importantes para uma peça de qualidade. Após realizados todos os testes e feitas as alterações necessárias, a peça é aprovada e confeccionada em grandes quantidades.

Colin McNair, designer da marca John Varvatos, usa peças antigas, para que os protótipos sejam mais fáceis de fazer. "(...) servimo-nos de peças antigas, para fazermos ajustamentos nas novas peças(...)" (Jones, 2005; Seivewright, 2007; Hallet, 2010)

Escolhas dos modelos

A escolha dos modelos que farão parte da coleção nunca pode ser uma escolha individual, deve ser formado um grupo que de forma unânime, ou na maioria, decidirá quanto às peças a confeccionar. O facto de se tomar essa decisão em grupo permite ter uma visão mais ampla do potencial da peça e isso poderá garantir que produto venha a corresponder com as necessidades de mercado, sem nunca esquecer o valor a que vai ser comercializado, o público alvo, a criatividade e a modernidade. (Jones, 2005; Gerval, 2008).

Fichas técnicas finais

As fichas técnicas finais são documentos descritivos de cada peça da coleção, com todos os pormenores finais. O modelo de ficha técnica varia consoante a empresa ou o designer que a criou, mas esta tem sempre que seguir algumas regras, para um bom entendimento entre o designer e a confeção.

Esta ficha deve conter o nome da coleção, a referência do modelo, a descrição do modelo, a lista de tamanhos, a data, o desenho técnico (frente e verso), o nome ou a referência do tecido e os elementos decorativos (estampados e bordados). Ainda com as fichas técnicas, conseguimos calcular o custo de fábrica da peça. (Jones, 2005; Gerval, 2008)

Custo da peça

O custo final da peça engloba todas as despesas associadas ao produto, tais como os materiais, a mão-de-obra e a embalagem.

Os produtos que têm, na sua constituição, bordados, estampados e moldes mais complicados podem ter custos mais elevados, levando o preço final a tornar-se mais elevado, em comparação com produtos mais simples.

Como é uma marca de designer, as peças de Giles Deacon as peças deste designer começam nas 600 libras, e podem alcançar as 3000." Um peça de gala exclusiva que esteja a venda no Barneys ou no La Moda podem chegar aos 30.000 libras(..)." ¹ (Jones, 2005).

Conclusão

O desenvolvimento de uma coleção de moda é um processo detalhado que requer a atenção do designer quase até à venda final das peças. O seu trabalho não passa apenas por criar croquis, também tem como responsabilidade transmitir o conceito da coleção e as informações necessárias para a realização do projeto.

Desenvolver um projeto deste género requer empenho e planeamento, pois o designer, tem que conseguir comunicar os valores emocionais, técnicos e funcionais de um projeto de design de moda.

SEGMENTAÇÃO DE MERCADO

Segmentação de Mercado

Para uma marca que se estreia no mercado, é muito importante haver uma segmentação de mercado, que está intimamente ligada à identificação do seu público-alvo e tipo de mercado.

O mercado é identificado através das atitudes e valores, e são esses fatores que dão informações sobre o estilo de vida do público-alvo, não só ao criador, mas também às pessoas que, posteriormente, irão vender a coleção, ajustando as vendas e a publicidade.

É feita uma série de pesquisas para analisar a reação do indivíduo em relação a alguns temas, como filmes, música, atualidade, política, etc. Mas estas questões não se centram apenas no intelecto do indivíduo, as características físicas são igualmente importantes, pois consoante o país estas características variam.

Tradicionalmente, o mercado é dividido em setores para facilitar a confecção, o design e a definição de preços. Assim, divide-se em: moda feminina, moda masculina e moda infantil.

A moda feminina é o maior segmento de mercado, tendo um crescimento em relação aos outros setores, de 57%, o que o torna o foco da grande maioria das empresas, no mercado, hoje em dia. Este crescimento evidente torna a moda mulher muito competitiva, mas, devido ao caráter cíclico da moda, há sempre uma rotatividade de estilistas e empresários, que não se encontra noutras áreas de mercado. (Jones, 2005).

A moda masculina corresponde a 24% do mercado, mas cada vez mais o homem investe na sua imagem e quer estar na moda, e é provavelmente este o fator que leva visível expansão deste setor.

Comparativamente à moda mulher, a moda masculina caracteriza-se pela mudança lenta nas silhuetas e a escolha das cores. Há também uma atenção redobrada aos pormenores e detalhes, à colocação de logotipos e à exposição da marca.

A moda infantil é o setor mais pequeno, delimitada pela faixa etária e tamanho. Este mercado, está dirigido mais para a moda casual, já que a procura de roupas de cerimónia e de uniformes escolares tem diminuído significativamente.

Acima de tudo, aquilo que os pais mais procuram, no momento da compra de roupa para os seus filhos, é a durabilidade, a segurança e a versatilidade das peças.

No momento em que vivemos, em que a moda chega rápida e facilmente a todas as pessoas, cada vez mais cedo as crianças ganham consciência de moda e das marcas de roupa, quer através da televisão, revistas, quer através da internet. A pressão dos pares quanto aos seus pertences acaba por facilitar o trabalho do marketing, que não se detém nas campanhas dirigidas aos pais, apostando em publicidade diretamente dirigida às crianças. Isto leva a que as crianças se tornem num público cada vez mais informado, exigente e consciente dos valores de mercado. (Jones, 2005)

Tipos de Produtores

No momento de produção de um produto de moda, é preciso haver um trabalho de cooperação entre o designer de moda e o modelista e a junção destas duas áreas faz com que haja um maior entendimento dos limites tecnológicos e de recursos humanos. No momento de confecção não pode haver dúvidas em relação à construção das peças, pois isso iria atrasar todo o processo de confecção.

A moda é constituída por três tipos de produtores: os confeccionistas, os intermediários e os fornecedores. (Jones, 2005; Renfrew, 2010).

Confeccionadores

A palavra “Confeccionador” está dirigida a vários trabalhadores da área da moda, pois trata daqueles que compram os tecidos, desenham ou compram os desenhos aos estilistas, os que fazem as roupas, os que as vendem e os que entregam as peças.

As confecções, na sua maioria, são pequenos negócios que apoiam o estilista na criação das coleções, incluindo a Alta-Costura e a alfaiataria, pois, normalmente, neste tipo de negócio, fazem peças “únicas” e podem exigir várias provas dos modelos, o que faz com que o estilista e modelista, tenham uma relação próxima com os costureiros.

Como a quantidade do produto é relativamente menor ao produto de produção em massa, o preço é superior; e pormenores como pregas, bordados e outros acabamentos, que exigem maquinaria específica, são normalmente por produzidos serviços subcontratados. (Jones, 2005; Sarger, 2009; Fisher, 2009, Renfrew, 2010).

Fornecedores

Os fornecedores ou empresas subcontratadas trabalham normalmente para empresas de larga escala. Uma grande parte destas empresas está localizada nas grandes cidades industriais ou arredores, o que possibilita a fácil distribuição das mercadorias. Estas têm equipas de designers que trabalham sob as condições que as lojas que as contrataram estabelecem. São também responsáveis por todos os aspetos da produção, desde o desenho dos moldes até ao empacotar e entrega das encomendas.

Os fornecedores não produzem coleções inteiras, mas antes peças a avulso, ou conjuntos de peças que estejam em sintonia com um tema, que são criados para certa silhueta, tecido ou exigência do mercado.

Estas equipas de designers criam peças-piloto, que podem ser postas à venda como teste de mercado e se essas peças tiverem sucesso entre os consumidores, são escolhidas pelas equipas que compram os produtos para as lojas. (Jones, 2005; Renfrew, 2010)

Sistema de produção

Hoje em dia, a produção destes produtos, estão localizados em países do extremo oriente, pois têm como aspecto atrativo os baixos salários ou o subsídio que as empresas recebem por ter as suas confeções nestes locais.

Nos anos 90, marcas com Calvin Klein e outras consideradas premium ou luxo, mudaram as suas produções para locais do extremo oriente, apesar de haver quem rejeite este tipo de mão de obra dos países de terceiro mundo, a realidade é que os baixos salários pagos acabam por se refletir no preço de venda, o que torna a peça mais acessível ao consumidor. (Agis e Al. 2010).

Com tantas empresas a negociar pelo mundo todo, o dinheiro não é a questão mais importante, a questão mais predominante é o tempo de concretização das peças. Como a moda é um mundo cíclico, as empresas têm que estar sempre em constante desenvolvimento, para que o produto chegue em primeira mão ao mercado. (Jones, 2005; Renfrew, 2010).

Identificação de um mercado-alvo

Quando se faz este tipo de pesquisas vários fatores são investigados. As atitudes e os valores são indicadores do estilo de vida do consumidor, que ajudam os analistas a criarem um perfil do consumidor.

São feitas pesquisas e análises para se examinar as reações a assuntos como política, musica, filmes, etc., que para além de ajudarem a reconhecer o mercado, ajudam posteriormente no marketing e na publicidade.

Dentro desta indústria global existem coleções para todos os diversos níveis de mercado e em cada nível é preciso entender o seu cliente e respetivas exigências.

Para conhecer cada cliente, é preciso ter em conta os vários tipos de mercado. Temos Alta-costura, prêt-à-porter,, marcas de luxo e moda de grande distribuição (dentro deste mercado, temos a colaboração de designers com marcas de grande distribuição).

(Jones, 2005; Seivewright, 2007; Renfrew, 2010).

Tipos de Mercado

Alta costura

A Alta-costura está no maior dos patamares. Este é um mercado de moda mais alto e mais especializado.

Nomes como Chanel, Givenchy e Dior, são membros de uma elite muito privilegiada chamada de *Fédération Française de la Couture du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode*.

Estes desfilam as suas coleções, nas Semanas da Moda mais importantes do mundo, como Nova Iorque e Paris.

Estas coleções são confeccionadas em atelier, normalmente, tendo uma área específica para cada pormenor, por exemplo, a zona dos vestidos e diferente da zona onde se faz os moldes, etc.

As peças que são apresentadas nesta categoria, por norma só podem ser chamada de Alta-costura se forem feitas a mão. (Jones, 2005; Sarger, 2009; Fisher, 2009; Faerm, 2010).

Prêt-à-porter

Prêt-a-porter são roupas prontas a comprar, mas ao contrario da moda e massa, estas peças são exclusivas e de alta costura.

A alta costura esta presentes nestas peças, mas estas são normalmente jovens e estão sujeitas as tendências. Sendo que normalmente na alta-costura, eles ditam as modas e tendências.

As coleções do Prêt-à-porter são para uma clientela mais ampla, e são produzidas em maior quantidade.

O Prêt-à-porter engloba as casas de desenho tradicionais até designers internacionais de menor envergadura, que tem marcas independentes. (Jones, 2005; Sarger, 2009; Fisher, 2009, Renfrew, 2010).

Marcas de luxo

As marcas de roupa de luxo, como qualquer produto de luxo, fazem com que o cliente idealize um estilo de vida requintado e único.

Nos últimos anos as marcas de luxo têm crescido cada vez mais. O mercado pret-a-porter de designer aumentou e fez com as marcas tenham começado a explorar a outras áreas da moda.

A procura por produtos fez com que o designers comesçassem a criar para alem do vestuário e dos acessórios.

Marcas como Piere Cardin e Missoni, começaram a expandir o nome da marca, dando ao consumidor a possibilidade de decorar a sua casa com produtos da marca. Produtos que correspondessem com a imagem criada pelos próprios designers. (Jones, 2005; Sarger, 2009; Fisher, 2009, Renfrew, 2010).

Mercado de Massas.

Hoje em dia, a indústria da moda depende das vendas de mercado.

Esta indústria, é influenciada pelas tendências ditadas pelos grandes nomes da moda.

Normalmente, as empresas esperam que as tendências sejam usadas pelos consumidores, e depois de saberem que as peças são vendíveis, é que começam a fazer em grande massa. Para poupar o mais possível, estas usam materiais mais baratos, e métodos de construção mais simples, que possam ser facilmente produzidos na máquina de costura.

No final de todo este processo, o produto pode ser vendido mais barato. (Jones, 2005; Sarger, 2009; Fisher, 2009, Renfrew, 2010).

Posicionamento da marca

A questão do posicionamento de marca adquire maior importância em função da realidade do mercado (AAKER, 1996)

Ter uma identidade própria e uma posição no mercado tem uma série de vantagens que são sempre favoráveis a uma marca: orientam e aperfeiçoam a estratégia da marca, proporcionam opções de expansão da marca, melhoram a memorização da marca, dão significado e concentração para a organização, geram uma vantagem competitiva, ocupam uma posição sólida contra a concorrência, dão propriedade sobre o símbolo de comunicação, provêm eficiência em termos de custos de execução.

Hoje em dia, a chave do sucesso nas marcas é a implantação do conceito de marketing através de estratégias de posicionamento. O objectivo é juntar clientes e concorrentes.

Para Kotter (1996) "o ponto central de marketing estratégico moderno pode ser descrito moderno pode ser descrito como marketing- segmentação, alvo e posicionamento.

Blankson (2001) afirma que para que uma marca esteja posicionada no mercado é importante, tanto para o mercado de consumo quanto corporativo e é considerado tanto por académicos e marketings como um dos elementos principais do marketing. (Jones, 2005).

CONTEXTO
HISTÓRICO

MODA DE PRAIA ATRAVÉS DOS TEMPOS

A moda de praia, como todas as áreas da moda, teve mudanças através da sua história, sendo aparente uma relação entre os acontecimentos históricos, as invenções das épocas e o comportamento moral das sociedades.

Historia da moda de praia no século XX

Anos 20

Como em muitos outros aspetos da vida quotidiana, os “loucos anos 20” foram uma época de mudança e de muita extravagância, como o próprio nome sugere.

A moda de praia foi uma daquelas áreas em que se registaram grandes mudanças e que mais espanto e escândalo causaram.

Nunca antes tinha sido vista a silhueta da mulher tão real como nesta época. As mulheres, tornaram-se mais livres e despreocupadas. Os modelos passaram nessa altura a mostrar tudo o que até então era tapado com tecido, do pescoço ate aos pés.

Pondo de lado as longas saias, as raparigas passaram a vestir fatos de banhos de malha justa e sem alças.

Este tipo de fatos de banhos eram os ideais para o tipo de mulher moderna e mais desinibida nesses “loucos anos 20”, com um estilo mais andrógino e atlético. Os fatos de banho femininos assemelhavam-se aos masculinos nessa época.

Os fatos de banho, normalmente tinham estampados considerados dramáticos ou com riscas.¹

Embaixo podemos ver alguns exemplos da moda desta epoca nas figura 1, figura 2 e figura 3.



Figura 1: Ilustração anos 20

Figura 2: Ilustração anos 20

Figura 3: Ilustração anos 20

¹ <http://www.victoriana.com/Fashion/1920s/vintageswimsuit.html>

Anos 30

A moda dos anos 30, caracterizada pelos fatos de banhos de malha, com estampados femininos e com pequenas saias, para esconder as ancas, substituíram a moda masculina e andrógina dos anos 20.

Os fatos de banho dos anos 30 eram mais femininos e elegantes. Alguns eram cortados na barriga, tornando o fato de banho numa peça com duas partes.

Por esta época, os fatos de banho, já se começaram a parecer com os biquínis e com os que se usam hoje em dia.

Os fatos de banhos eram justos ao corpo, de dimensões reduzidas, e com decotes pronunciados.

Embaixo podemos ver alguns exemplos da moda desta época na figura 4 e figura 5.¹

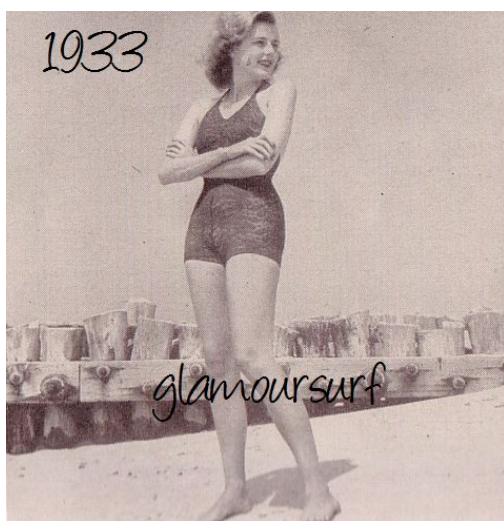


Figura 4: Fotografia anos 30



Figura 5: Fotografia anos 30¹

¹ <http://stgfashiondesign.sydneyinstitute.wikispaces.net/file/view/history+of+swimwear.pdf>

Anos 40

Nos anos 40, com reaparecimento, do corpete na moda do dia-a-dia, a moda de praia também sofreu alguma dessa influência.

Os corpetes começaram de uma maneira discreta, a fazer parte da construção dos fatos de banho. Os fabricantes de fatos de banho começaram a ter a preocupação com a silhueta do corpo da mulher, com as suas "falhas". Os modelos, continham construções que, "controlavam" a barriga e copas de soutien para dar suporte ao peito.

Estes pormenores, fizeram com que a mulher passasse a apresentar uma silhueta mais elegante e sensual.

Os fatos podiam ter ou não alças consoante o gosto da consumidora.

Embaixo podemos ver alguns exemplos da moda desta época na figura 6, 7 e 8.¹



Figura 6: Fotografia anos 40



Figura 7: Fotografia anos 40



Figura 8: Fotografia anos 40

¹ <http://stgfhashiondesign.sydneyinstitute.wikispaces.net/file/view/history+of+swimwear.pdf>

Anos 50

Nos anos 50, continuou a ser moda a mulher usar os fatos de banho completos, e com menos frequência os modelos com duas partes.

Nesta época, as mulheres começaram também a usar na praia toucas para proteger o cabelo, pois então era moda usar-se cabelos muito altos e arranjados.

Começou também a haver materiais próprios para este tipo de peça. Materiais como o algodão forrado, o Lastex e fechos no centro dos fatos de banho, permitiam que estes mantivessem o aspeto de corpete.

Este detalhes continuaram a ser usados até aos anos 60.

Embaixo podemos ver alguns exemplos da moda desta época na figura 9 e figura 10.¹



Figura 9: Ilustração anos 50



Figura 10: Debbie Reynolds anos 50

¹ <http://stgfashiondesign.sydneyinstitute.wikispaces.net/file/view/history+of+swimwear.pdf>

Anos 60

Em meados dos anos 60, surgiram novas fibras que passaram a ser utilizados na confecção dos fatos de banhos, principalmente o nylon, a lycra ou uma mistura dos dois.

A grande vantagem deste tipo de materiais, era a sua elasticidade.

Os fatos de banho podiam ser simples, ter pequenas saias, franzidos, plissados etc.

Nos últimos anos da década dos 60, começaram a aparecer fatos de banho com cortes nas laterais e componentes transparentes, como redes e materiais de plástico, que os tornavam muito reveladores.

Nesta época começaram a usar-se, cada vez mais, os biquínis e os fatos de banho, para lhe fazerem concorrência, passaram a ser cada vez mais decotados e de tamanho mais reduzido.

Embaixo podemos ver alguns exemplos da moda desta época na figura 11e figura 12.¹



Figura 11: Fotografia fato de banho anos 60



Figura 12: Fotografia anos 60

¹ <http://stgfashiondesign.sydneyinstitute.wikispaces.net/file/view/history+of+swimwear.pdf>

Anos 70

Nos anos 70, registou-se uma mudança qualitativa no modo com era encarada a moda de praia.

De uma perspectiva essencialmente discreta, séria e até envergonhada passou-se para uma atitude mais descontraída e desinibida em relação ao corpo, apresentando o mais destapado e menos contido, passando, então, a prevalecer o gosto pelos biquínis.

Outra grande tendência da moda da roupa de praia dessa época foi a utilização de outros materiais, como crochets, tecidos opacos e redes de pesca, e de técnicas diferentes na construção das peças.

Os fatos de banho continuam a ser usados, mas com um design diferente, com os decotes mais pronunciados e mais subidos nas zonas das ancas do que anteriormente.

Uma outra grande mudança de conceito da época é o gosto e vontade em ter-se uma pele bronzeada, ao contrário do que se pensava e era moda nas primeiras décadas do século XX, em que o belo era ter-se um pele clara, protegida da exposição solar, a partir de então o desejável passa a ser ter-se um pele bronzeada, indicadora de vida saudável e ao ar livre e sem preocupações. É de registar que a moda da pele bronzeada tem perdurado até aos dias de hoje, apesar das preocupações com a protecção da pele contra os efeitos prejudiciais da exposição solar excessiva.

Embaixo podemos ver alguns exemplos da moda desta época na figura 13 e figura 14.¹

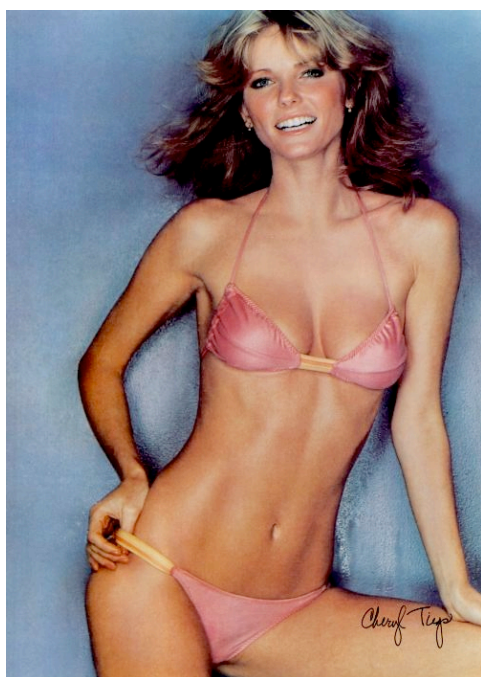


Figura 13: Fotografia Sports Illustrated



Figura 14: Fotografia Sports Illustrated

http://www.huffingtonpost.com/2008/06/04/the-best-70s-swimsuits-sl_n_105202.html

Anos 80

Nos anos 80, a moda praia manteve as tendências da do fim dos anos 70.

Os fatos de banho eram subidos nas ancas, de alças compridas, com cortes nas laterais e grandes decotes.

Os modelos de formas assimétricas também começaram a usar-se.

Os biquínis passaram a ser cada vez mais reduzidos, e surge o chamado estilo brasileiro. Este estilo, que ainda hoje é muito visto nas praias, caracteriza-se por tops muito reduzidos tapando apenas parte do peito e cueca muito estreita, deixando destapados quase completamente as nádegas.

Os materiais utilizados nesta época eram coloridos e os contrastes de cores eram muito usuais.

Embaixo podemos ver alguns exemplos da moda desta época na figura 15 e figura 16.¹



Figura 15: Fotografia Sports Illustrated



Figura 16: Fotografia Sports Illustrated

<http://www.80sactual.com/2012/03/fashion-1989-beach-and-other-wear.http>

Anos 90

Nos anos 90 os biquínis, mais uma vez, se tornam de dimensões mais reduzidos e ainda mais reveladores.

Surge a tendência da cueca de cintura mais descida e a moda da “tanga”

É, também, reintroduzida a moda do biquíni de cintura subida, com o uso de “Boyshorts”

Os fatos de banho continuaram a ter decotes profundos, em V.

Na construção dos fatos de banho para surf, desporto cada vez mais praticado nesta época, passou a ser usado o neoprene, material impermeável, que não deixa o corpo arrefecer rapidamente, quando dentro da água do mar.

Continuaram a usar-se os materiais de cores vivas e alegres.

Embaixo podemos ver alguns exemplos da moda desta época na figura 17 e figura 18.¹



Figura 17: Fotografia Sports Illustrated



Figura 18: Fotografia Sports Illustrated

¹<http://stgfashiondesign.sydneyinstitute.wikispaces.net/file/view/history+of+swimwear.pdf>

Hoje em dia

Nos dias de hoje é grande a variedade de estilos, quer de biquínis quer de fatos de banho, por onde optar e fazer uma escolha dentro da moda.

São estilos muito comuns nos últimos anos os tops tipo caicai e soutien, os biquínis de fio, os microbiquínis e os fatos de banho.

Os estampados usados são também muito diversificados, variando desde cores abstractas até padrões figurativos de pele de animais, sendo os mais comuns os de leopardo e de cobra

Com a evolução permanente da tecnologia nas últimas décadas e com a diversidade de conceitos e de estilos aceites pelos consumidores, quase todas as criações e efeitos utilizados nas peças de roupa podem ser adaptados á moda de praia.

Hoje em dia quase já não há preconceitos e a moda tornou-se mais acessível, possibilitando a qualquer pessoa que o deseje vestir-se bem, sentir-se bonita e estar na moda.

Embaixo podemos ver alguns exemplos da moda de hoje em dia nas figura 19 e 20.



Figura 19: Fotografia Asos



Figura 20: Fotografia Asos

Capitulo II

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Introdução

O presente relatório é referente ao estágio que teve como finalidade a conclusão do Mestrado de Design Moda na Universidade da Beira Interior (UBI).

Este estágio supervisionado foi realizado na Empresa de moda Enamorata, durante 9 meses, entre Setembro de 2012 e Maio de 2013, com um horário de trabalho que decorria de 2ª a 6ª feira, das 8H30 às 12H30 e das 13H30 às 17H30.

Empresa Enamorata

A empresa Enamorata atua no segmento da criação de moda de praia, há cerca de um ano e meio, e está sediada em Vila do Conde.

É uma empresa vocacionada para a criação de moda de praia para Adulto e Criança. Foi fundada em inícios de 2012, e, em 2013, lançou a sua primeira coleção de moda de praia para adulto.

A empresa é um gabinete de trabalho onde é concebido e elaborado o design gráfico associado as diversas criações de estampados (design têxtil) para cada coleção (Homem e Senhora) e onde é elaborado também design de vestuário de cada coleção (fichas técnicas, especificações, Ilustrações.

A execução dos protótipos e coleções finais, processos de confeção, da compra ou aquisição de fios são fundamentalmente realizadas por subcontratação.

O processo de venda das coleções é feito através da vendedora que contacta diretamente as lojas, para a venda dos produtos desenvolvidos.

As peças são colocadas nas lojas sob a forma de venda há comissão. Posteriormente, a análise é feita por modelo e padrão para que estação seguinte se possa fazer uma reflexão sobre a estação seguinte, iniciando-se um ciclo de criação de padrões e modelos.

Durante o período em que decorreu o estágio, a licenciada em design de moda, colaborava nos trabalhos da empresa conjuntamente com outros dois profissionais- a diretora e responsável da empresa e uma colaboradora licenciada em Comunicação e Marketing.

Na Enamorata considerava-se que o desenvolvimento do produto no interior da própria empresa era um fator da maior importância para a continuidade do processo de produção, no que respeita a coerência de estilo e imagem de marca.

O target que se pretendia atingir era um nível médio alto, pretendendo no futuro concorrer com marcas consideradas de luxo.

No atual mercado globalizado para um produto ser considerado de luxo, e vendido como tal, é necessário que seja produzido com materiais de elevada qualidade, que as peças sejam confeccionadas de um modo irrepreensível e que a sua própria imagem transmita uma ideia de requinte e exclusividade.

Nesta perspetiva a marca Enamorata tem como objetivo a produção de produtos de qualidade superior e fazer parte do grupo das marcas de prestígio 100% portuguesas.

Um outro aspeto muito valorizado na Enamorata prende-se com as tendências do

mundo da moda. Uma pesquisa exaustiva de tendências da moda e a seleção criteriosa de temas de inspiração são os pilares de qualquer processo criativo em design de moda e determinantes para o sucesso de cada coleção.

O porquê da escolha?

A Designer já anteriormente tinha realizado projetos, quer na área da moda vestuário, quer na área da moda têxtil, mas apenas em âmbito escolar, por isso mesmo, sentiu necessidade de aplicar ao mundo de trabalho os conhecimentos adquiridos ao longo da sua formação académica.

Tendo a oportunidade de fazer um estágio profissional durante nove meses numa empresa de design de moda, a Designer optou por cumprir esse estágio profissional para conclusão do Mestrado, em lugar de dissertação ou de projecto, acreditando que deste modo melhor poderia valorizar a sua capacidade técnico-profissional.

O estágio

Âmbito

O estágio foi realizado na Enamorata em Vila do conde, empresa especializada em roupa de Moda de Praia, mais especificamente biquínis, fatos de banho e outros produtos afins.

Como atrás referido, esta empresa é relativamente recente, e apresentou-se pela primeira vez ao público em 2012 em Vila Verde, com uma colecção que tinha como tema principal os lenços dos namorados e toda sua envolvência.

Local

Tal como anteriormente referido, o estágio decorreu na Enamorata, empresa de moda de praia, sediada em Vila do Conde.

Como atualmente ainda é uma pequena empresa, na sua sede, trabalham em simultâneo as áreas de moda e de comunicação / marketing.

Duração

Este estágio teve a duração de nove meses, entre 3 de setembro de 2012 até 31 de maio de 2013, com uma duração diária trabalho de oito horas, das 8H30 às 12H30 e das 13H30 às 17H30, de 2ª à 6ª feira.

Projecto

Neste relatório de estágio, a Designer, colocou os pontos mais importantes da criação da coleção de moda de praia. Inicialmente, a Designer fez uma pesquisa de tendências, quer de cor, quer de modelos mais usados.

Neste projeto, foi dado antecipadamente, um tema inicial. O tema escolhido pela empresa foi os lenços dos namorados. Foi escolhido este tema, pois esta é uma tradição colorida, com muito sentimento, e é uma tradição portuguesa. As tradições portuguesas são um ponto muito importante para a empresa, pois estes querem um produto 100% português.

Depois de ter pesquisado em varias fontes, a Designer fez esboços, e trabalhou com alguns elementos presentes nos lenços dos namorados.

De seguida, foram feitos alguns esboços e a partir dai, foram desenvolvidos alguns estampados.

Com os estampados desenvolvidos, seguindo as tendências de moda, foram desenhados alguns modelos de fatos de banho, biquíni e monokinis.

A partir destes desenhos, foram escolhidos os modelos que iriam constituir a coleção, e de seguida foram desenvolvidas as fichas técnicas dos modelos finais e dos estampados.

Depois de entregues as fichas a empresa de confeção, própria para este tipo de produto, houve um tempo de espera, pois como é um produto complexo, demora o seu tempo a ser construído.

Com o processo de confeção concluído, a Designer teve que fazer algumas retificações nas peças, para que estas estivessem a 100% com os desenhos técnicos.

TENDÊNCIAS DE MODA

Tendências Swimwear

Hoje em dia, a moda de praia é um assunto a que o consumidor dá cada vez mais importância.

O produto que é comercializado tem que agradar cada vez mais, tanto no que concerne ao material utilizado, como às cores e as silhuetas.

Todos estes requisitos, tem que satisfazer os gostos e preferências do consumidor futuro.

O consumidor é exigente e está predisposto a pagar mais por um produto de boa qualidade.

Os factores importantes nesta área de negócio são os mesmo que qualquer outra.

Existem os materiais, os modelos, as cores, os motivos e as aplicações.

Uma colecção para ser variada e ter sucesso comercial, deve estar em sintonia com informações dadas pelas tendências.

Tendências verão 2013

Cores

Assim como a silhueta, qualidade dos materiais, a solidez da cor é uma das facetas mais relevantes da moda, nomeadamente á água do mar.

Embora os cortes possam permanecer bastante semelhantes, as tendências de cor, são cruciais para o visual, pois conseguem transmitir emoções e estados de espírito de forma impressionante.

A escolha das cores para uma coleção é muito importante, pois são elas que vão definir a sua contemporaneidade.

Por conseguinte, as cores estão sujeitas as tendências e tem quase sempre uma vida curta na moda.

O leque de cores de uma coleção, pode variar consoante o tema que o designer escolher e as cores que estão na “moda”.

A cada mudança de estação, grande parte das tendências vão ser ditadas durante as semanas da moda, quer nacionais, quer internacionais.

As tendências de cores vão também influenciar a moda de praia. É desta maneira que a moda de praia se une com as outras “modas”, nas Semanas de Moda.

Para a Primavera/Verão de 2013, segundo a PANTONE, as principais tendências foram as cores apresentadas na Figura 21



Figura 21: Paleta de cores para Primavera/Verão de 2013 PANTONE

Modelos

Os modelos de vestuário de praia já conseguem hoje em dia, agradar a um vasto leque de consumidores, com gostos e interesses muito diferentes.

Existem modelos, para vários tipos de corpos, apresentando construções que ajudam a mulher a encontrar aquele de que mais gosta e que mais a favorece.

Os modelos podem ter múltiplos formatos, diferentes características de construção, e diferentes acessórios de decoração.

Os modelos tendência para 2013 foram: Fato de banho, monokini, biquínis, tankini.

Tendo em comparação as coleções das marcas de referencia de produtos de praia, foi selecionado um conjunto de imagens. Os exemplos são apresentados na Figura 92, Figura 93, Figura 94, Figura 95, Figura 96, Figura 97, Figura 98, Figura 99, Figura 100, Figura 101, Figura 102, Figura 103, Figura 104, Figura 105, Figura 106, Figura 107, Figura 108, Figura 109.

Fato de Banho:



Figura 22: Bluemarine 2013



Figura 23: Suboo 2013

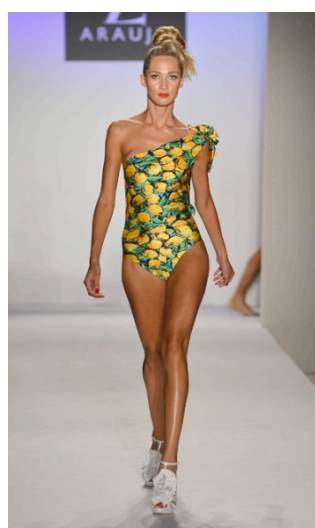


Figura 24: Aquarella 2013



Figura 25: A.Z. Araujo 2013



Figura 26: White Sands Australia

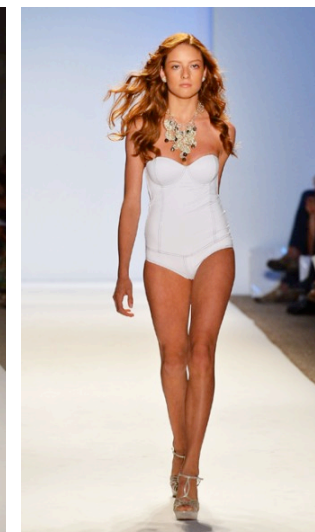


Figura 27: Agua Bendita 2013

Monokini



Figura 28:Red Carter 2013



Figura 29: A.Z.Araujo 2013



Figura 30:Lisablue 2013

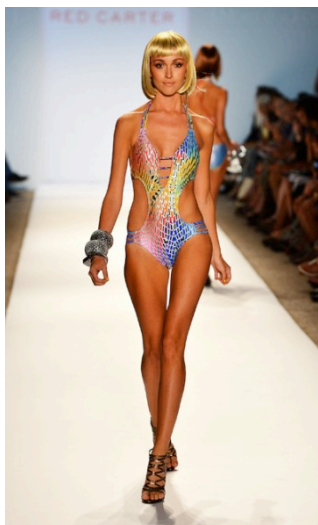


Figura 31:Aguabendita 2013



Figura 32:Aqua di Iara 2013



Figura 33:Lisablue 2013

Biquini



Figura 34:Éclairée 2013



Figura 35:Xtra Life Lycra 2013



Figura 36:Poko Pano 2013



Figura 37:Vitamina A 2013



Figura 38:Sauvage 2013

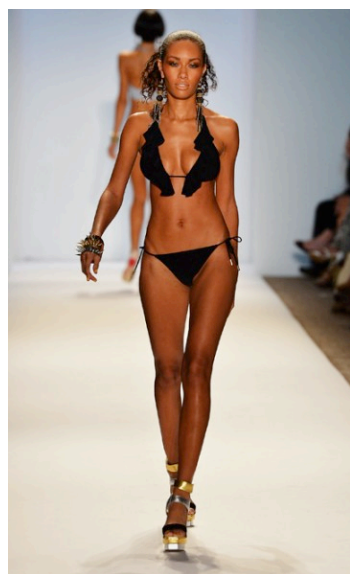


Figura 39:Red Carter 2013

Estampados

Tantos os estampados, como as cores, são de grande importância, para a peça ter sucesso comercial. Têm que ser, simultaneamente cativantes e estarem sintonizados com as tendências da estação.

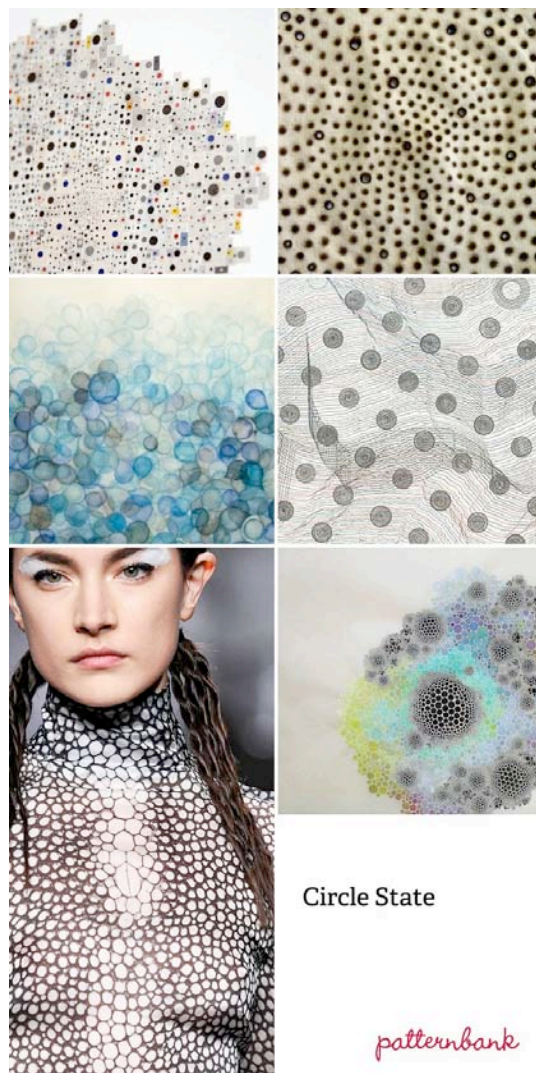
Os estampados podem ser utilizados de várias maneiras; tanto podem preencher todo o fato de banho, como pode apenas aparecer em pequenas zonas da peça.

Os temas que predominaram nas tendências de 2013 foram:

Desenhos Gráficos

Na figura 40 podemos ver algumas imagens de desenhos gráficos, do site de tendência têxtil Patternbank.

Nestas imagens podemos ver imagens de algumas dos desenhos em peças de designers, como podemos ver desenhos em tecidos.



Circle State

patternbank

Figura 40: Tendência de Estampado: Gráfico

Floral

Na figura 41 podemos ver algumas imagens de desenhos florais, do site de tendência têxtil Patternbark.

Nestas imagens podemos ver imagens de algumas dos desenhos em peças de designers, como podemos ver desenhos em tecidos.

São estampados coloridos e com desenhos de variadas formas e tamanhos.



Figura 41: Tendência de Estampado: Floral

Ombre

Na figura 42 podemos ver algumas imagens de desenhos florais, do site de tendência têxtil Patternbank.

Nestas imagens podemos ver imagens de algumas dos desenhos em peças de designers, como podemos ver desenhos em tecidos.

Nestes desenhos conseguimos ver os degradés, quase como se fosse um desenho de aquarela.

Os degradés podem ser do mesmo tom, como podem ser de cores diferentes.

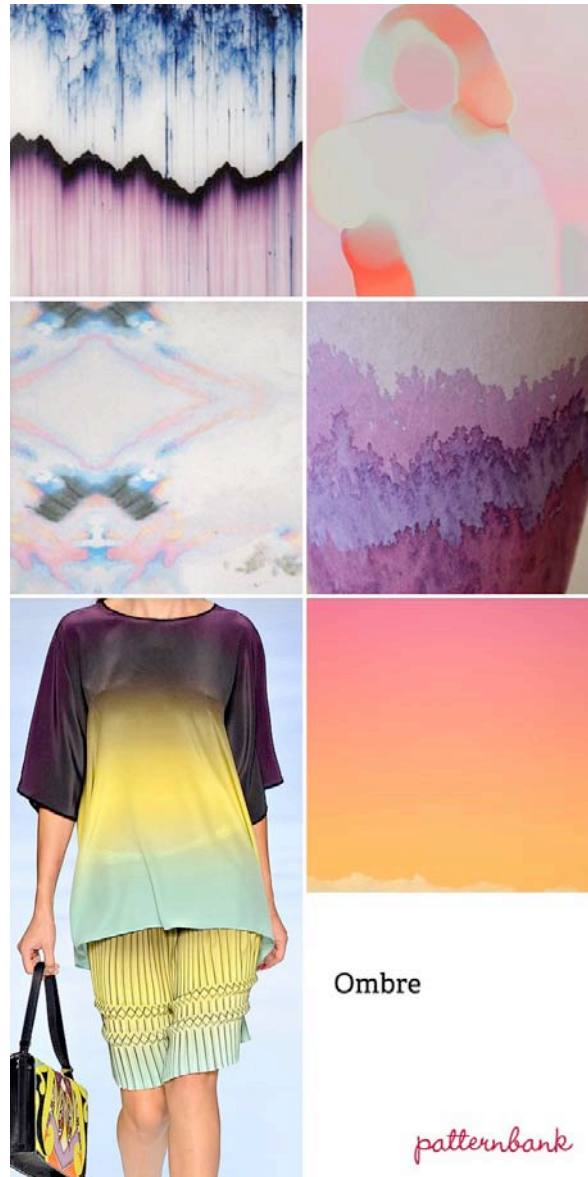


Figura 42: Tendência de Estampado: ombre

África

Na figura 43 podemos ver algumas imagens de desenhos florais, do site de tendência têxtil Patternbark.

Nestas imagens podemos ver imagens de algumas dos desenhos em peças de designers, como podemos ver desenhos em tecidos.

Temas étnicos onde podemos ver alguma geometria, com cores fortes, e ao mesmo tempo com cores térreas.

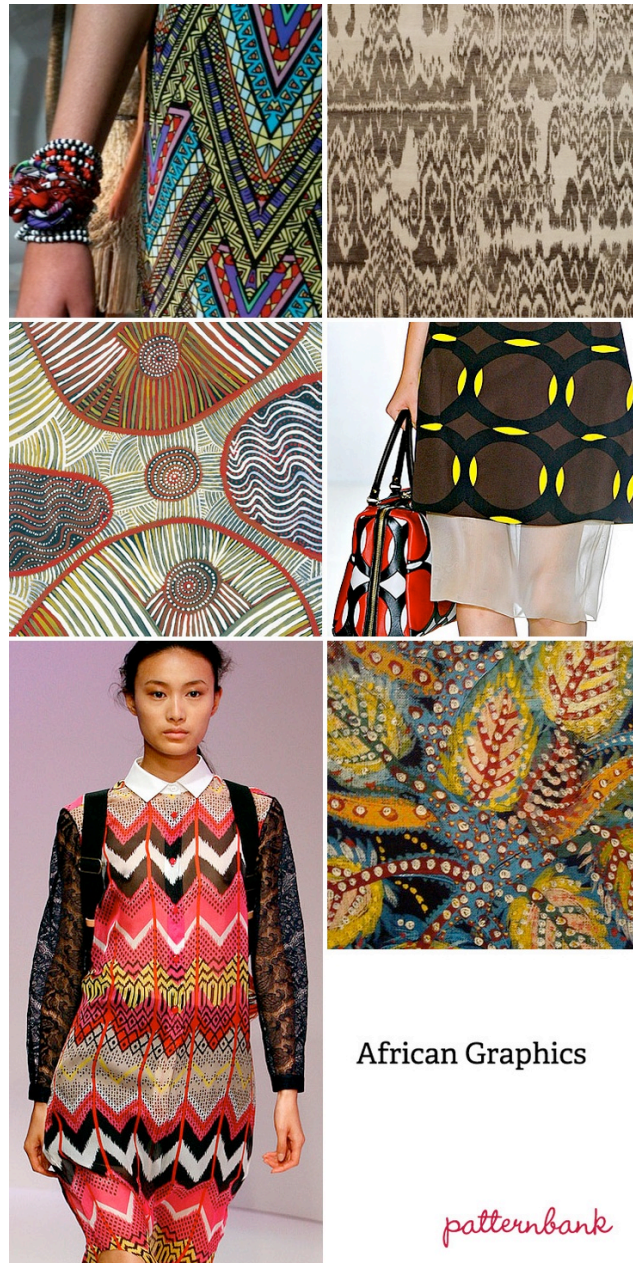


Figura 43: Tendência de Estampado: Africa

Painel de inspiração

Inicialmente, foi construído um painel de inspiração, para esta coleção.

Este tem presente, desde cores, silhuetas, temas, materiais, texturas. Como o tema foi dado pela empresa, a designer trabalhou e procurou imagens que estivessem relacionadas com o tema.

De seguida, pegou em imagens de alguns modelos de moda praia, que mais mostrava o caminho que a coleção ia ter.

Após esta busca, foi a designer desenvolver uma paleta de cores, que melhor representasse o tema.

Depois de ter encontrado todas estas imagens, a designer construiu um painel de inspiração, que ajudou todo o processo de construção da coleção.

Na figura 44 está presente o painel de inspiração que a designer construiu para a coleção Primavera/Verão 2013.

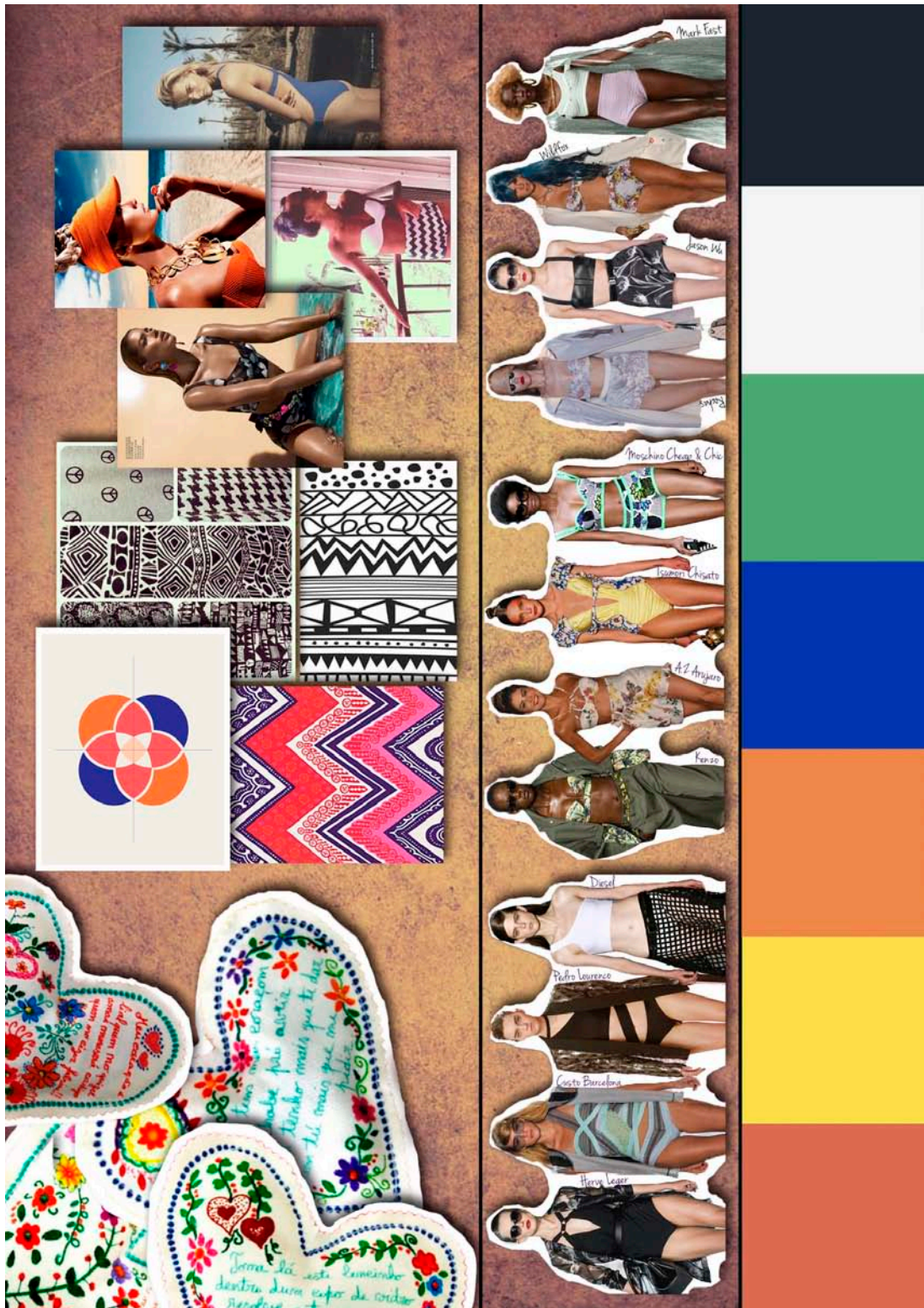


Figura 44: Painele de inspiração Primavera/Verão 2013

Lenços de namorados.

O lenço de namorados é fabricado a partir de um tecido de linho ou de algodão.

Numa das superfícies têm bordadas frases ou desenhos, alusivos aos temas do amor, da saudade e da angústia pela espera de alguém.

A tradição dos “lenços de namorados”, também conhecidos por “lenços de pedidos”, “ou “lenços de amor”, tem mais relevância e significado no Minho, principalmente nas zonas de Vila Verde, de Guimarães e de Viana do Castelo.

A história dos Lenços de namorados remonta aos séculos XVII e XVIII. As donzelas casadoiras de classe social mais elevada, bordavam o seu lenço a ponto de cruz, num pano de linho fino. Inicialmente, as cores utilizadas limitavam-se ao preto e vermelho, apresentando as peças, por este motivo, uma aparência muito sóbria.

Estes lenços eram depois utilizados nos trajes de festa ou domingueiros, do lado direito da cintura, deixando pender umas das pontas.

Para além de ser um objeto decorativo, estes lenços eram também uma técnica de sedução pois, se a jovem estivesse interessada nalgum rapaz, podia deixá-lo cair, para que este o apanhasse, podendo aproveitar a ocasião para dar a entender a sua intenção.

A rapariga bordava um lenço para o rapaz de quem gostava. Se este o aceitasse, usá-lo-ia publicamente, no casaco ou a volta do pescoço. O compromisso entre os dois ficava assumido, com promessa de casamento no futuro; caso o rapaz não estivesse interessado na dona do lenço, simplesmente teria que lho entregar.

Embora os símbolos presentes nos lenços também abordem as temáticas das vindimas ou da emigração, o tema do amor prevalece, estando sempre presente quer através de representações de casais e corações ou até mesmo a palavra “Amor”.

Inspirados em exemplares antigos, surgiram mais tarde os Lenços de Namorados, tal como os conhecemos atualmente.

Hoje em dia, os lenços são mais coloridos, menos geométricos e confeccionados com diferentes materiais.



Figura 45: Lenço das Quadras

Temas

Nestes lenços são abordados vários temas de interesse para namorados e usados múltiplos símbolos com significados específicos.

Como atrás mencionado, os temas podiam estar relacionados com o amor, as vindimas, a emigração etc.

De entre os símbolos inscritos nestes lenços, destacam-se pela frequência e relevância do seu significado: A Rosa: simboliza Mulher; O coração: simboliza Amor; O Lírio: simboliza Virgindade; O Cravo vermelho: simboliza Provocação; A Silva: simboliza Prisão amorosa; A Pomba: simboliza Namorados; O Cão: simboliza Fidelidade; A Cruz, Candelabro ou o cibório: simboliza o Ato do Casamento;

Uma outra temática representada neste lenços, são as quadras de amor.

Estas quadras populares, que são escritas em cores variadas, alegres e vivas, têm também uma função decorativa.

Nestas quadras, verifica-se por vezes que a sua rima não é respeitada e que os versos até podem estar espalhados por todo o lenço.

Um outro aspeto que também importa referenciar, são os erros de escrita que aparecem nestes lenços.

Muitas das bordadeiras que faziam este tipo de lenços, não sabiam ler nem escrever, limitando-se a bordar as palavras, muitas vezes com erros ortográficos, reveladores de uma aproximação à forma fonética do sotaque local.



Figura 46: lenços dos corações



Figura 47: Lenços das pombas

Cores

Os lenços dos namorados podem ser lenços sóbrios, usando o preto e o vermelho, mas os lenços mais conhecidos, tem cores alegres e vivas. As cores que são mais frequentemente encontradas nestes lenços são: vermelho, laranja, amarelo, verde e azul.

Em baixo estão representadas as cinco imagens que mostram as cores e os seus números do Pantone, com o nome de Figura 48, Figura 49, Figura 50, Figura 51, Figura 52, Figura 53, e Figura 54.



PANTONE
17-1562 TCX

Figura 48: Cor PANTONE



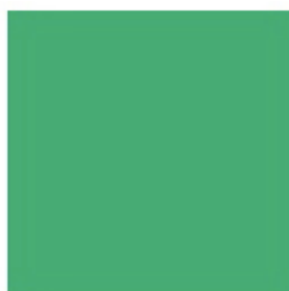
PANTONE
13-0858 TPX

Figura 49: Cor PANTONE



PANTONE
16-1364 TCX

Figura 50: Cor PANTONE



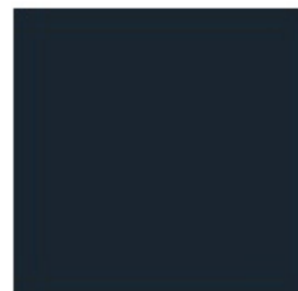
PANTONE
15-5534 TCX

Figura 51: Cor PANTONE



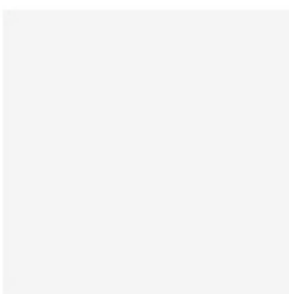
PANTONE
Blue 072 UP

Figura 52: Cor PANTONE



PANTONE
Black 6 EC

Figura 53: Cor PANTONE



PANTONE
11-0601 TPX

Figura 54: Cor PANTONE

Desenhos

Os lenços de namorados, como já antes tinha sido mencionado, têm vários temas, entre os mais comuns, constam as vindimas, a emigração, mas, principalmente, o amor; as imagens representativas desses temas são os corações, as flores, os casais, os pássaros, entre outros, como podemos ver embaixo nas figuras 55, figura 56, figura 57, figura 58, figura 59 e figura 60.



Figura 55: Pormenor de lenço das quadras



Figura 56: Pormenor de lenço do amor



Figura 57: Pormenor de lenço das quadras



Figura 58: Pormenor de lenço das pombas



Figura 59: Pormenor do Lenço dos cravos;



Figura 60: Pormenor do Lenço Bem me quer

Modelos

Os modelos estão divididos, em duas partes, pois houve duas situações de trabalho. A Designer começou por fazer alguns esboços e depois passou para suporte digital, onde foi desenhado com mais pormenor

Croquis

Para começar a fazer a coleção, a Designer começou por fazer uma pesquisa de tendências para o verão de 2013, para avaliar quais seriam as predominantes para a época em questão.

Com o auxílio da revista italiana de tendências, a *Beachwear on Stage*, foi possível começar a fazer os croquis iniciais da coleção.

Os croquis foram feitos inicialmente em papel, e posteriormente, transferidos para suporte digital, através do Adobe Illustrator.

As figura 61, figura 62, figura 63, figura 64, figura 65, figura 66, figura 67 são alguns exemplos de croquis feitos a mão.



Figura 61: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013

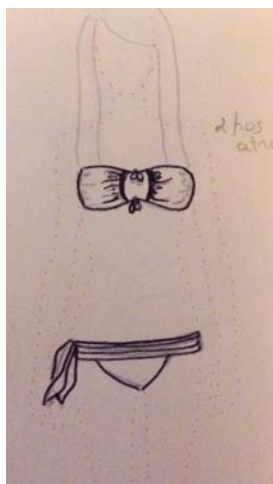


Figura 62: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013



Figura 63: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013



Figura 61: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013



Figura 62: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013



Figura 63: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013

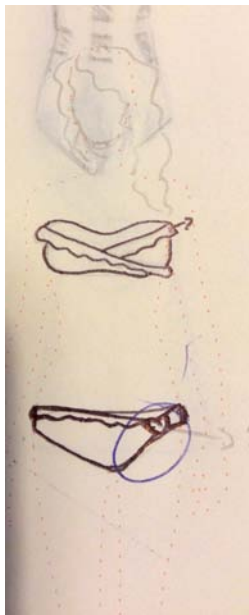


Figura 61: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013



Figura 62: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013



Figura 63: Croqui para a coleção Primavera/Verão 2013

Modelos escolhidos

Depois de muita reflexão, a Designer apresentou para discussão ao grupo de trabalho, constituído por mais dois elementos, várias propostas de modelos desenhados. O grupo era constituído pela directora da empresa e a técnica de marketing.

A escolha foi dividida por peças, sendo que a divisão foi feita por tipo de modelo: biquíni, fato de banho, monokini.

Como a coleção para 2013 é uma coleção limitada, o número de escolhas foi reduzido, como podemos ver na figura 68, figura 69, figura 70, figura 71, figura 72 e figura 73.

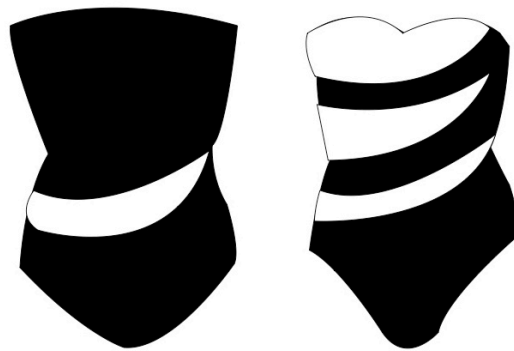


Figura 68: Modelo escolhido coleção Primavera/Verão 2013

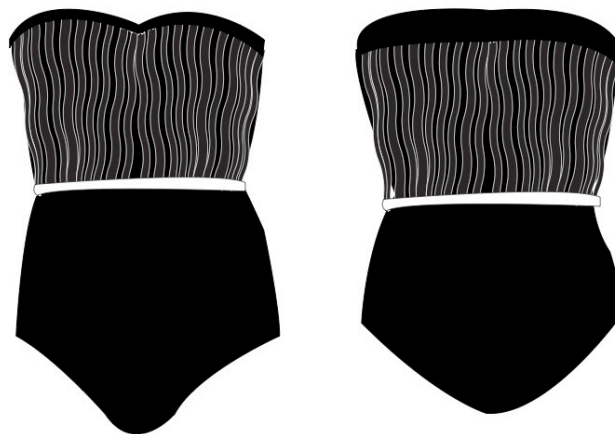


Figura 69: Modelo escolhido coleção Primavera/Verão 2013

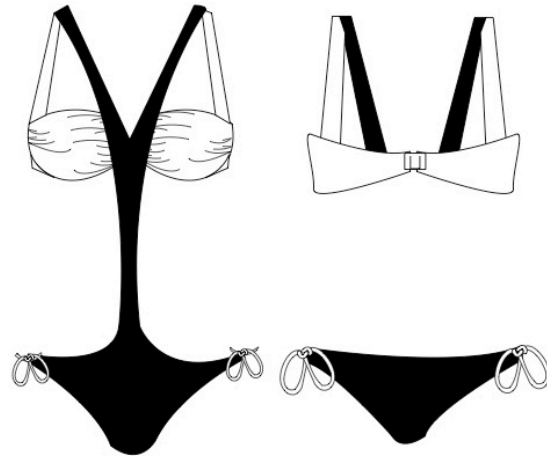


Figura 70: Modelo escolhido coleção Primavera/Verão 2013

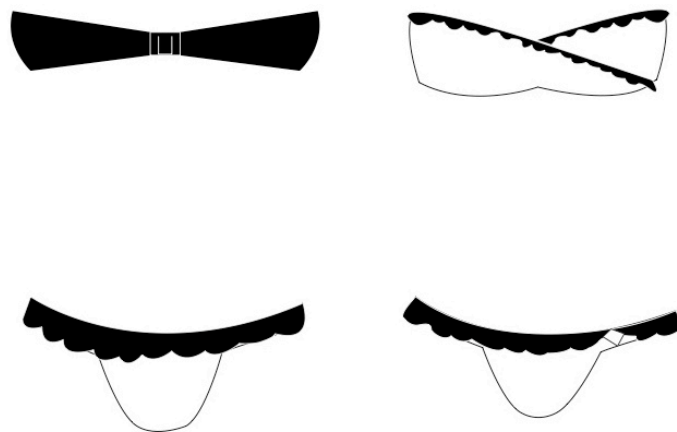


Figura 71: Modelo escolhido coleção Primavera/Verão 2013



Figura 72: Modelo escolhido coleção Primavera/Verão 2013

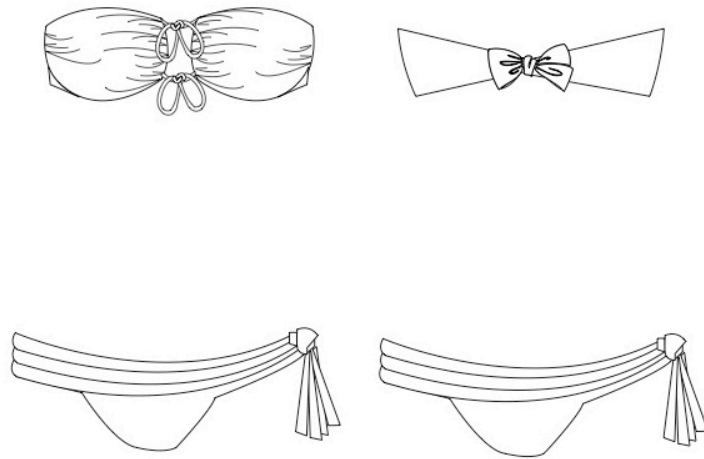


Figura 73: Modelo escolhido coleção Primavera/Verão 2013

Estampados

Os estampados que foram criados tiveram como principal inspiração os lenços dos namorados.

Estes foram desenhados e redesenhados de forma a usar as imagens tradicionais e a transformá-los em algo mais estilizado e moderno.

Inicialmente fez-se uma pesquisa rigorosa dos pormenores dos lenços, desde os desenhos até às molduras que se encontram em quase todos os exemplares, como podemos observar na figura 74, figura 75

Desenho a mão

Nesta fase os desenhos apresentados, são todos desenhados em papel, tipo esboço, pois foram escolhidos apenas pormenores dos lenços.



Figura 74: desenho á mão

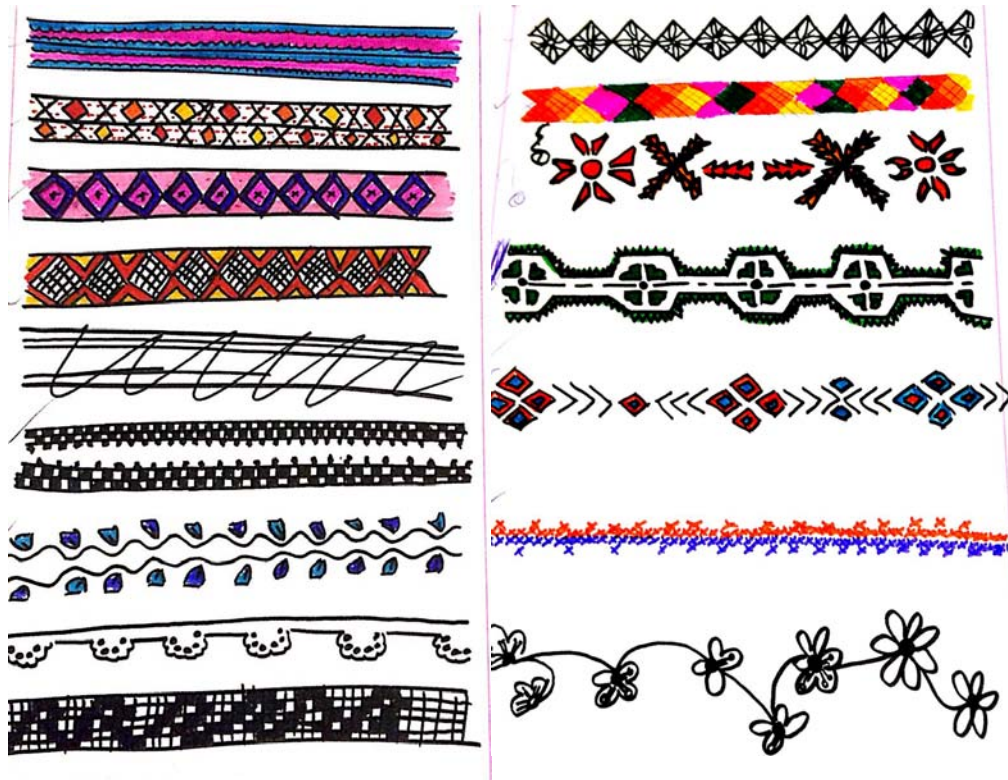


Figura 75: Desenho á mão

Estampados escolhidos

Os estampados escolhidos foram os que mais sobressaíram, por serem mais apelativos em relação a outros, quando desenhados do conjunto.

As flores e o amor foram os temas mais trabalhados, por serem os mais insistentemente “desenhados” nos lenços dos namorados.

As cores mais presentes foram o azul, o preto, o verde, o vermelho, o laranja e o branco, como podemos ver na figura 76, figura 77, figura 78, figura 79, figura 80, figura 81.

Estampados:

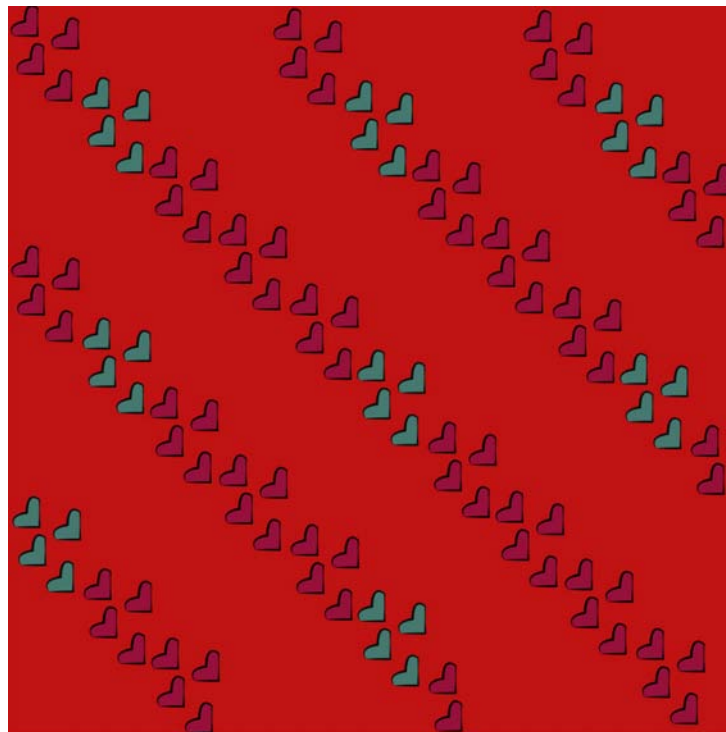


Figura 76: Estampado Lovely Green

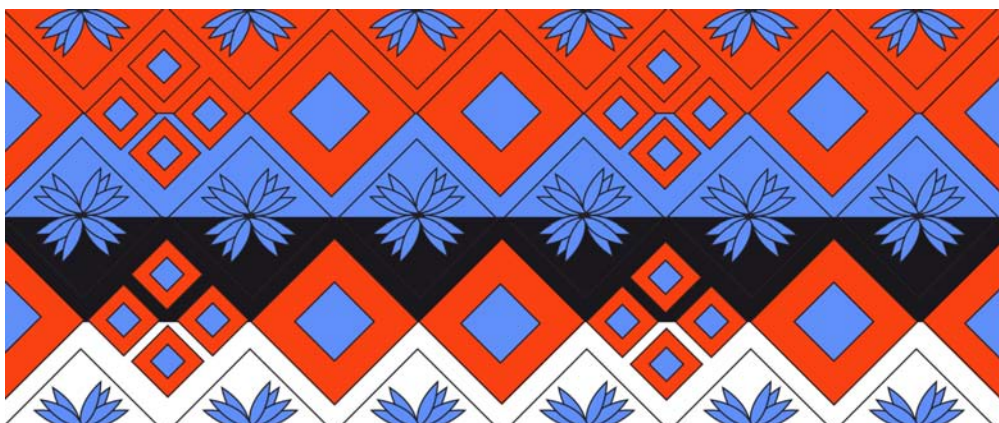


Figura 77 : Estampado Retro bloom

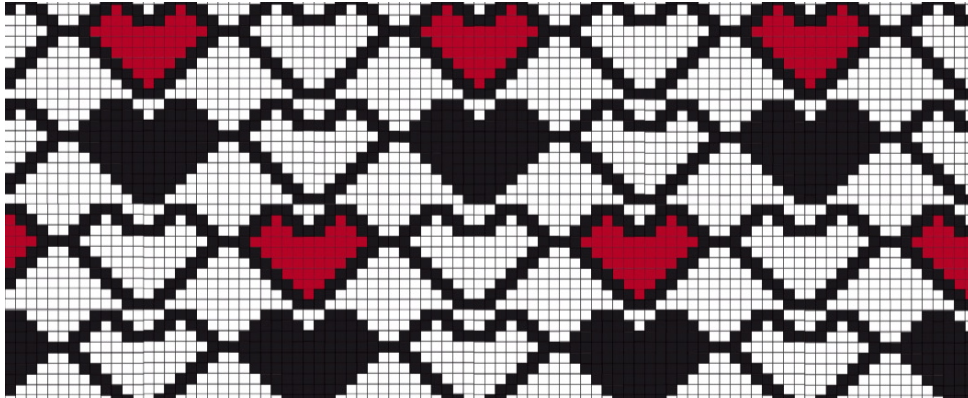


Figura 78: Estampado BWR

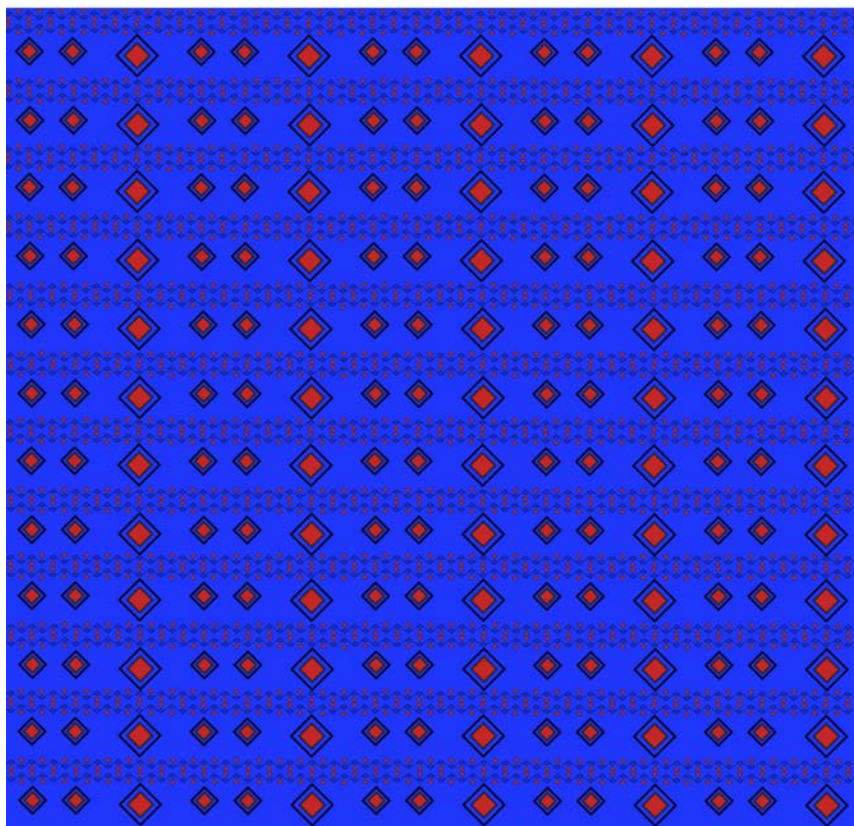


Figura 79: Estampado Night Light

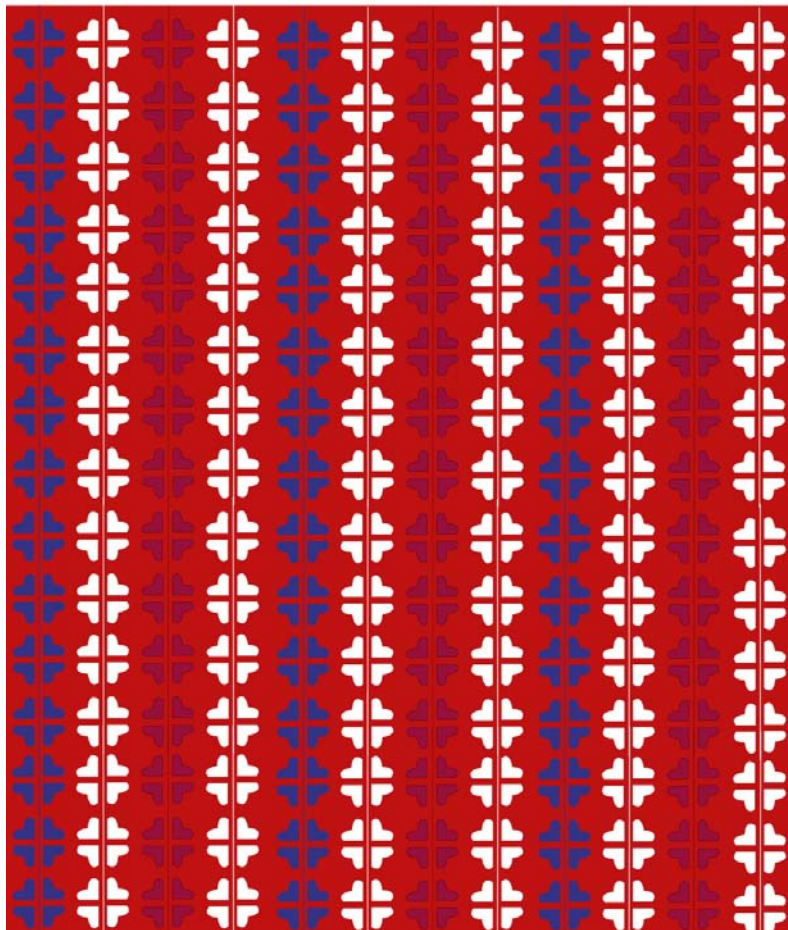


Figura 80: Estampado blossom

Ilustrações

Nas figuras 81, 82, 83, 84, 85, 86 encontram-se as ilustrações da coleção. Estas foram baseadas no processo criativo desenvolvido pela Designer, que posteriormente apresentou à equipa e, em conjunto, decidiram o conjunto de modelos e confeccionar.

As parte do trabalho foi organizada da seguinte maneira. O estampado, com o respetivos modelos.

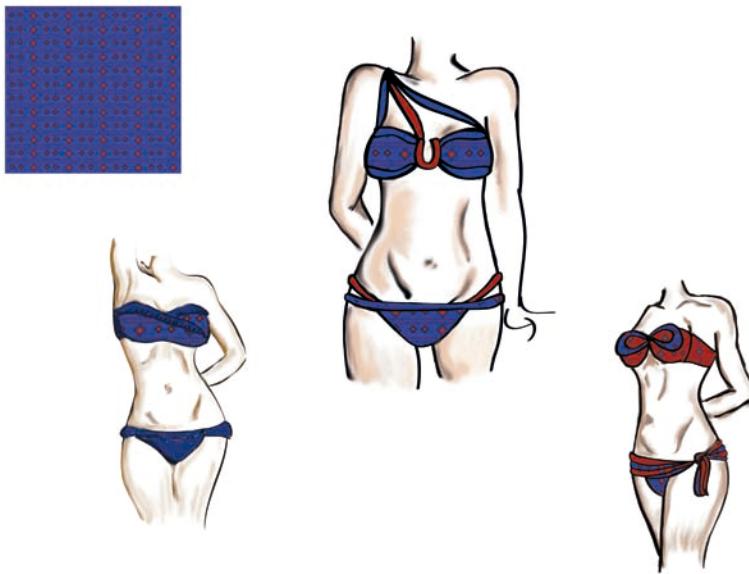


Figura 81: Ilustração dos modelos com estampados

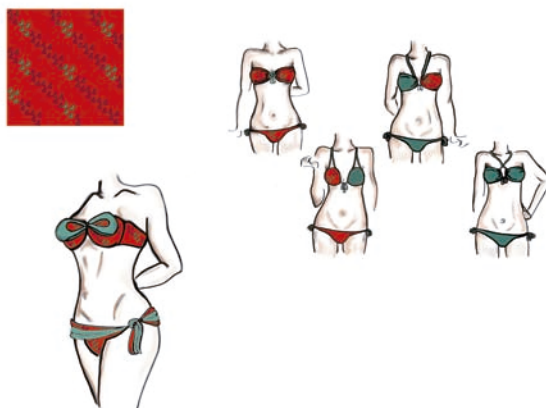


Figura 82: Ilustração dos modelos com estampados

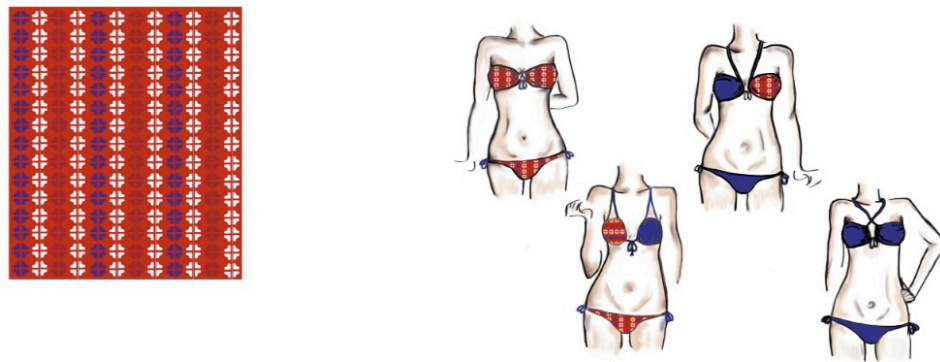


Figura 83: Ilustração dos modelos com estampados

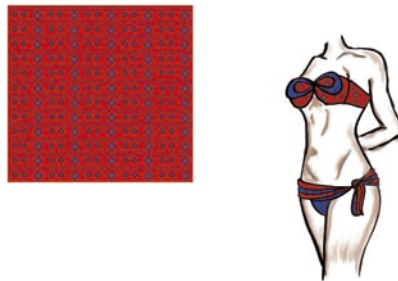


Figura 84: Ilustração dos modelos com estampados



Figura 85: Ilustração dos modelos com estampados



Figura 86: Ilustração dos modelos com estampados

Desenhos técnicos

Após os estampados terem ter sido escolhidos, passa-se à fase de construção dos desenhos técnicos.

Os desenhos técnicos do vestuário de praia são cruciais para a perfeição técnica das peças da colecção. Existe sempre uma importante condicionante na construção dos produtos de praia, que tem a ver com a tensão a que são sujeitas as malhas. É por este motivo que cada peça tem que ser testada para se aferir a sua perfeição quando for vestida.

Nas fichas técnicas que a Designer construiu, estão presentes os seguintes parâmetros: material, propriedade do material, tamanho; cores; observações sobre o produto; estampados; aplicações; e logotipo da empresa. Todos eles são importantes, pois a empresa que vai construir as peças tem de ter todas as diretrizes necessárias, para que o produto seja 100% fiel ao desenho técnico.

Modelo de ficha técnica

1	Colecção: 2	Nome da Peça: 5	
	Estação: 3		
	Data: 4		

Bordados	6	Estampado	7	Acessório	8	Cores	9
Materiais:	10	Forro	11				
Observações: 12							

Figura 87: Modelo de ficha técnica


1- Nome da empresa 2- Nome da colecção 3- Estação da colecção 4- Data em que o desenho técnico foi entregue. 5- Nome da peça 6- Bordados 7- Nome do estampado 8- Quantidades de acessórios 9- Cores presentes na peça 10- Tecidos usados na peça 11- Tecido utilizado na peça 12- Informações específicas da peça.
(ex: medidas, pormenores que não estão a vista, etc.)

Desenho técnicas de produto

Abaixo estão apresentadas todas as fichas técnicas construídas pelas designer, para serem entregues à empresa de confecção. As fichas técnicas estão separadas: na primeira parte estão apenas os modelos; na segunda parte estão as fichas técnicas dos estampados.

Estas estão apresentadas com os seguintes nomes: Figura 88, Figura 89, Figura 90, Figura 91, Figura 92, Figura 93, Figura 94, Figura 95, Figura 96, Figura 97, Figura 98, Figura 99, Figura 100, Figura 101, Figura 102, Figura 103, Figura 104, Figura 105, Figura 106, Figura 107, Figura 108.


Peça: Bird of Paradise

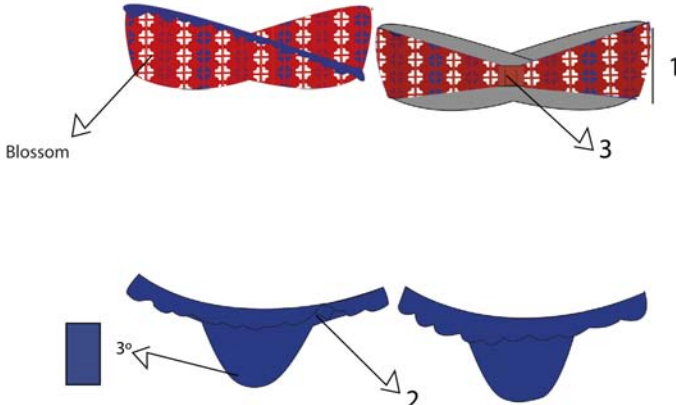
	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Bird of Paradise (BWR)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	

Bordados		Estampado	BWR	Acessório	1,2,3	Cores	5°
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Top com efeito cruzado, proporcionado pela sobreposição de tecidos. Vareta nas laterais do biquini (1).
 Inclui folhos recortados na parte superior do top e no "cinto" da cueca.
 Acessório do lado esquerdo da cueca(2), e dois ganchos, para inserir alças opcionais.
 Fecho(3) na parte de trás do top.
 5° Nero- Preto- 9240

Figura 88: Ficha tecnica Bird of Paradise (opção 1)

	Coleção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Bird of Paradise (BLOSSOM)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	





Bordados		Estampado	Blossom	Acessório	1,2,3	Cores	3°
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Top com efeito cruzado, proporcionado pela sobreposição de tecidos. Vareta nas laterais do biquini (1). Inclui folhos recortados na parte superior do top e no "cinto" da cueca. Acessório do lado esquerdo da cueca(2), e dois ganchos, para inserir alças opcionais. Fecho(3) na parte de trás do top.
 3° Oxford- Azul escuro- 60089
 Combinações possíveis: BWR e 5° / Blossom e 3°

Figura 89: Ficha tecnica Bird of Paradise (opção 2)

Peça: Black Swan


	Coleção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Black Swan(BWR.)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	




Bordados		Estampado	BWR	Acessório	2	Cores	5°
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Fato de banho completo. Cai-cai. Franjas soltas, estampadas, apenas presas na cintura e no decote. Copas. Gancho para colocar alças(2).
 5° Nero- Preto- 9240
 Combinações disponíveis: BWR e 5° / Retro Bloom e 5°

Figura 90: Ficha tecnica Black Swan (opção 1)

	Coleção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Black Swan(Retro B.)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	





Bordados		Estampado	Retro Bloom	Acessório	2	Cores	5°
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Fato de banho completo. Cai-cai. Franjas soltas, estampadas, apenas presas na cintura e no decote.
Copas. Gancho para colocar alças(2).
5° Nero- Preto- 9240

Figura 91: Ficha técnica Black Swan (opção 2)

Peça: Serpents


	Coleção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: serpents (blossom)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	




Bordados		Estampado	Blossom	Acessório		Cores	3°
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Biquíni com copa em forma rectangular , efeito de cortina, nos dois lados. A ligação das copas é feita por tecido "esparguete", em quatro fios.
Cueca básica, para ser fechada de lado, com laços do tecido usado.
3° Oxford- Azul escuro- 60089

Figura 92: Ficha técnica Serpents (opção 1)

	Coleção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: serpentis (Lovely green)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	





Bordados		Estampado	Lovely Green	Acessório		Cores	2º
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Biquíni com copa em forma rectangular , efeito de cortina, nos dois lados. A ligação das copas é feita por tecido "esparguete", em quatro fios.
Cueca básica, para ser fechada de lado, com laços do tecido usado.
2º Cayman- verde claro- 70026

Figura 93: Ficha tecnica Serpentis (opção 2)

Peça: Tarin


	Coleção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Tarin(Night Light)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	




Bordados		Estampado	Night Light	Acessório	1	Cores	
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Biquíni com 3 alças a passar pelo mesmo ombro. Peça no meio das copas (1), que segura as duas partes do biquíni.
Cueca com dupla face.
1º Red C oat- Vermelho- 4186
3º Oxford- Azul escuro- 60089

Figura 94: Ficha tecnica Tarin (opção 1)

	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Tarin(retro bloom)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	




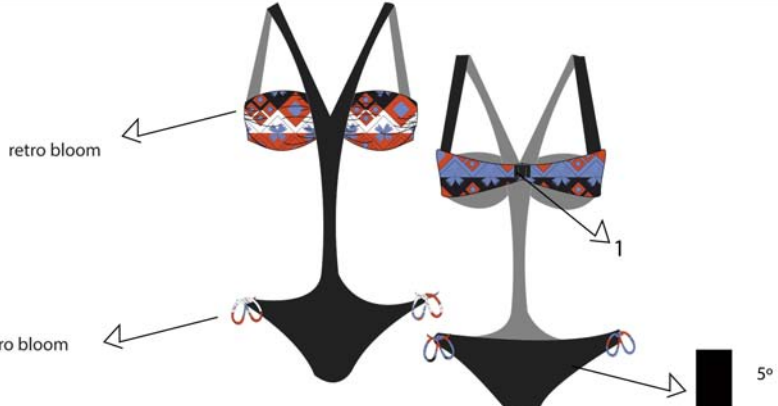
Bordados		Estampado	retro bloom	Acessório		Cores	5°
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Biquíni com 3 alças a passar pelo mesmo ombro. Peça no meio das copas, que segura as duas partes do biquíni.
Cueca com dupla face.

Figura 95: Ficha tecnica Tarin (opção 2)

Peça: Udu


	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Udu(retro bloom)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	




Bordados		Estampado	retro bloom	Acessório	1	Cores	5°
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Triquini com estampado apenas na parte de cima deste.
Copas. Fecho na parte de tras do triquini(1).
Fios dos lados da cueca.
5° Nero- Preto- 9240

Figura 96: Ficha tecnica Udu (opção 1)

	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Udu(BWR)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	




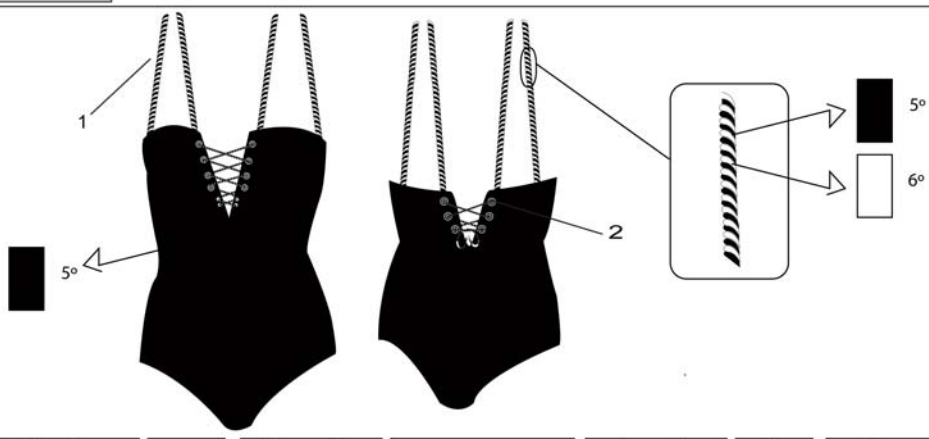
Bordados		Estampado	BWR	Acessório	1	Cores	5°
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Triquini com estampado apenas na parte de cima deste.
 Copas. Fecho na parte de tras do triquini(1).
 Fios dos lados da cueca.
 5° Nero- Preto- 9240

Figura 97: Ficha tecnica Udu (opção 2)

Peça: Harpia


	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: harpa (blackbird)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	

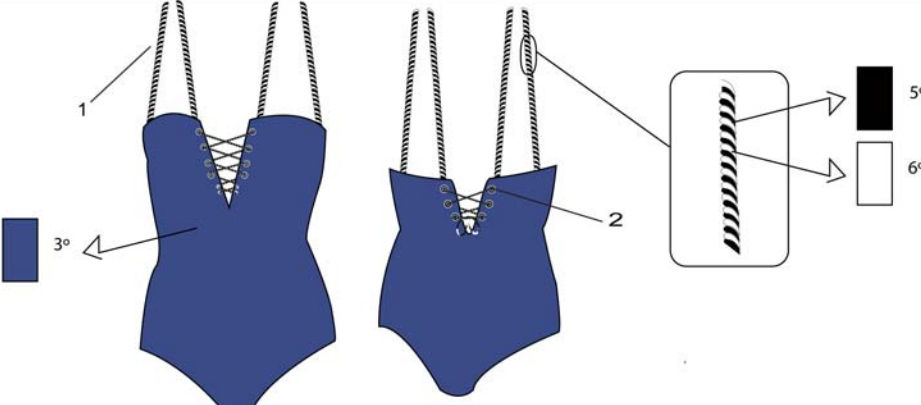


Bordados		Estampado		Acessório	1,2	Cores	5° 6°
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Fato de banho, completo, com decote em V e costas ligeiramente mais baixas que a parte da frente. Com copas.
 Duas alças(1) (duas tiras entrelaçadas, tipo corda)presas ao fato de banho, com duas amovíveis (alças interiores).
 Ilhós(2) nas zonas dos decotes, atrás e à frente, onde se prendem as alças com nó. As duas alças fixas tem silicone para proporcionar aderência
 5° Nero- Preto- 9240
 6° Bianco- Branco- 0011/028

Figura 98: Ficha tecnica Harpia (opção 1)


	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: harpa (lazuli)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	

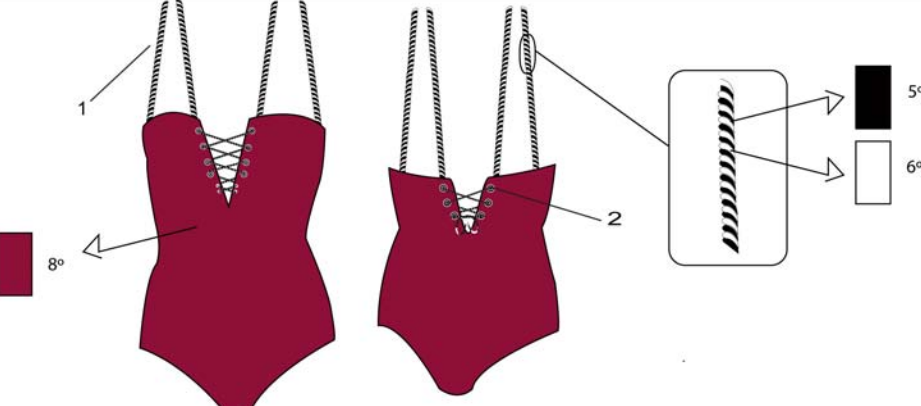


Bordados		Estampado		Acessório	1,2	Cores	3° 5° 6°
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Fato de banho, completo, com decote em V e costas ligeiramente mais baixas que a parte da frente. Com copas. Duas alças(1) (duas tiras entrelaçadas, tipo corda)presas ao fato de banho, com duas amovíveis (alças interiores). Ilhós(2) nas zonas dos decotes, atrás e à frente, onde se prendem as alças com nó. As duas alças fixas tem silicone para proporcionar aderência
 5° Nero- Preto- 9240
 6° Bianco- Branco- 0011/028
 3° Oxford- Azul escuro- 60089

Figura 99: Ficha tecnica Harpia (opção 2)

	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Harpa (oriole)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	




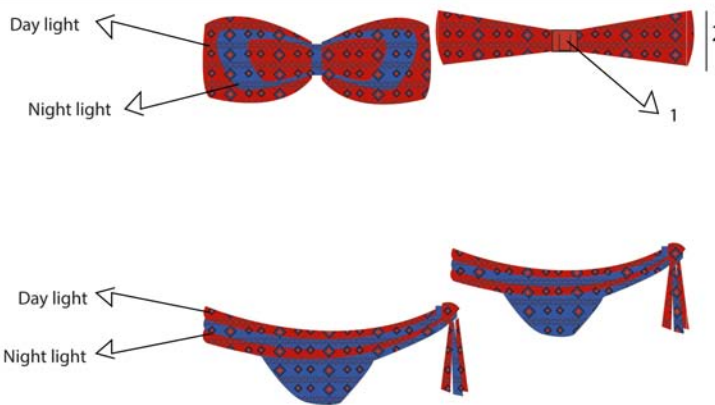
Bordados		Estampado		Acessório	1,2	Cores	5° 6° 8°
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Fato de banho, completo, com decote em V e costas ligeiramente mais baixas que a parte da frente. Com copas. Duas alças(1) (duas tiras entrelaçadas, tipo corda)presas ao fato de banho, com duas amovíveis (alças interiores). Ilhós(2) nas zonas dos decotes, atrás e à frente, onde se prendem as alças com nó. As duas alças fixas tem silicone para proporcionar aderência
 5° Nero- Preto- 9240
 6° Bianco- Branco- 0011/028
 8° Mexico- Vermelho arosado 4195

Figura 100: Ficha tecnica Harpia (opção 3)

Peça: Lori


	Coleção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Lori light
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	

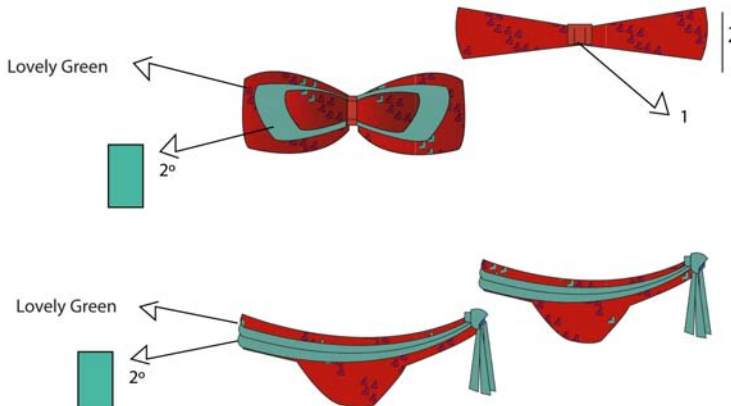


Bordados		Estampado	Day L.	Night L.	Acessório	1,2	Cores	
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%					

Observações: Biquíni, estilo cai cai. Três laços sobrepostos, com três estampados diferentes. Aperta com um fecho(1), na parte de trás. Nas laterais do biquíni, tem aros (2) para ajudar a suportar o biquíni. Na parte de baixo temos 3 tiras correspondentes aos estampados apresentados em cima. A cueca é dupla face, logo tem que ser de cor diferente.

Figura 101: Ficha tecnica Lori (opção 1)

	Coleção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Lori (lovely green)
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	





Bordados		Estampado	Lovely Green	Acessório	1,2	Cores	2º
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

Observações: Biquíni, estilo cai cai. Três laços sobrepostos, com três estampados diferentes. Aperta com um fecho(1), na parte de trás. Nas laterais do biquíni, tem aros (2) para ajudar a suportar o biquíni. Na parte de baixo temos 3 tiras correspondentes aos estampados apresentados em cima. A cueca é dupla face, logo tem que ser de cor diferente.

Figura 102: Ficha tecnica Lori (opção 2)

Peça: Fénix

	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Fenix
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 04/10/2012	




Bordados		Estampado		Acessório	1	Cores	5° 9°
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%	Forro	P.A. 100%				

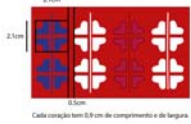
Observações: Fato de banho completo. Cai-cai. Com estampado integrado, com dois ganchos para colocar uma alça.
 9° Avorio-0086
 5° Nero- Preto- 9240


Figura 103: Ficha técnica Fenix


Desenho Técnico: Estampados


Estampado: Blossom


	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Blossom
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 24/10/2012	







1º 

3º 

5º 


6º 

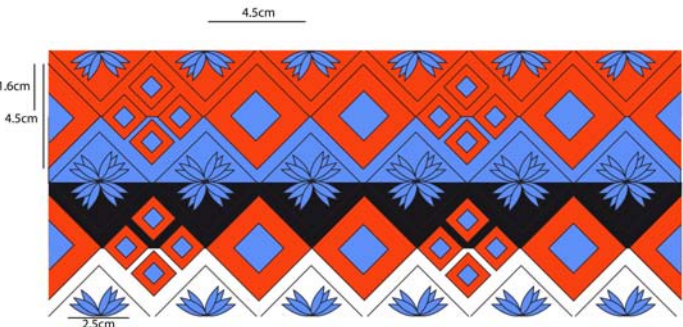
8º 


Bordados		Estampado		Acessório		Cores	1º;3º;5º;6º;8º;
Materiais: P.A. 80% E.A 20%							
Observações: 1º Red C oat- Vermelho- 4186 6º Bianco- Branco- 0011/028 3º Oxford- Azul escuro- 60089 8º Mexico- Vermelho arosado -4195 5º Nero- Preto- 9240							


Figura 104: Ficha técnica Blossom


Estampado: Retro Bloom


	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça:
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 24/10/2012	



4º 

5º 


6º 


7º 


Bordados		Estampado		Acessório		Cores	4º;5;6º;7º;
Materiais: P.A. 80% E.A 20%							
Observações: 4º Surf- Azul claro- 60009 7º Portland- laranja- 2139 5º Nero- Preto- 9240 6º Bianco- Branco- 0011/028							


Figura 105: Ficha técnica Retro Bloom


Estampado: BRW

	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: BRW
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 24/10/2012	



 5º


 6º

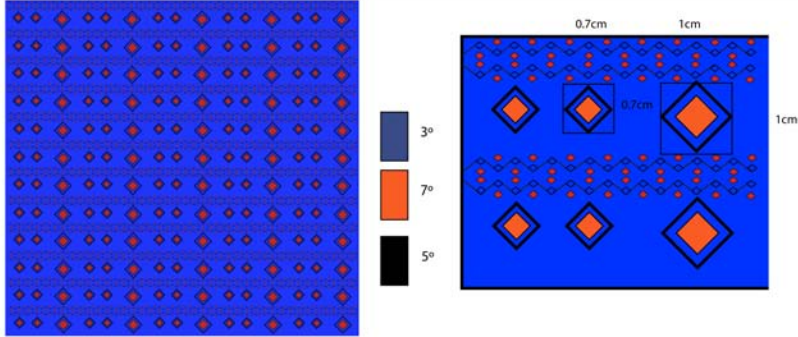
 8º




Bordados		Estampado		Acessório		Cores	5º, 6º, 8º
Materiais: P.A. 80% E.A 20%							
Observações: 5º Nero- Preto- 9240 6º Bianco- Branco- 0011/028 8º Mexico- Vermelho arosado							

Figura 106: Ficha técnica BWR

Estampado: Night light

	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Night Light
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 24/10/2012	




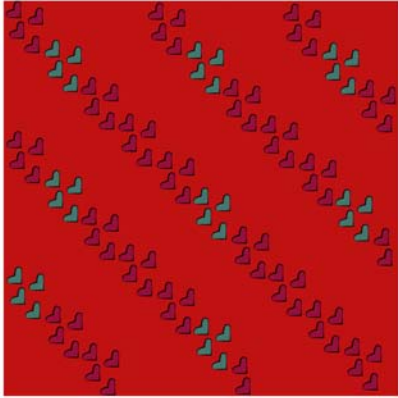
 3º
 7º
 5º

Bordados		Estampado		Acessório		Cores	3º, 7º, 5º
Materiais: P.A. 80% E.A 20%							
Observações: 3º Oxford- Azul escuro- 60089 7º Portland- laranja- 2139 5º Nero- Preto- 9240							

Figura 107: Ficha técnica Night Light

Estampados: Lovely green

	Colecção: Fato de banho e biquínis	Nome da Peça: Lovely Green
	Estação: Primavera/Verão 13	
	Data: 24/10/2012	



6cm


1º

2º

5º

8º

2cm



2.5cm

0.7cm

Bordados		Estampado		Acessório		Cores	1º;2º;8º;
Materiais:	P.A. 80% E.A 20%						
Observações: 1º Red Coat- Vermelho- 4186 5º Nero- Preto- 9240 2º Cayman- verde claro- 70026 8º Mexico- Vermelho arosado -4195							

Figura 108: Ficha técnica Lovely Green

Protótipos

Depois da construção das fichas técnicas e de estas terem sido enviadas para a empresa que confeciona as peças, seguiu-se a fase correção dos protótipos, feita pela Designer.

A Designer elaborou ainda as notas de controlo dos protótipos desenvolvidos na empresa subcontratada, utilizando uma linguagem de fábrica. Foram usadas as seguintes citações para cada modelo.

Correções

Correções detetadas no modelo Harpia, Figura 109

“A cava tem que ser aumentada, para dar mais espaço à altura da cava.

Na parte de trás, a zona cruzada, terá que descer.

Os ilhós tanto na frente como atrás, têm que ser deslocados para a zona superior, para que o tecido acima não enrole, quando apertado.

Alças fixas. Têm que ser alças maiores, pois ficam muito curtas e apertadas quando estão a ser usadas.

Também tem que ser colocado silicone nas alças fixas, para que haja aderência ao corpo.

Na parte de trás do fato de banho, vê-se o elástico branco.”

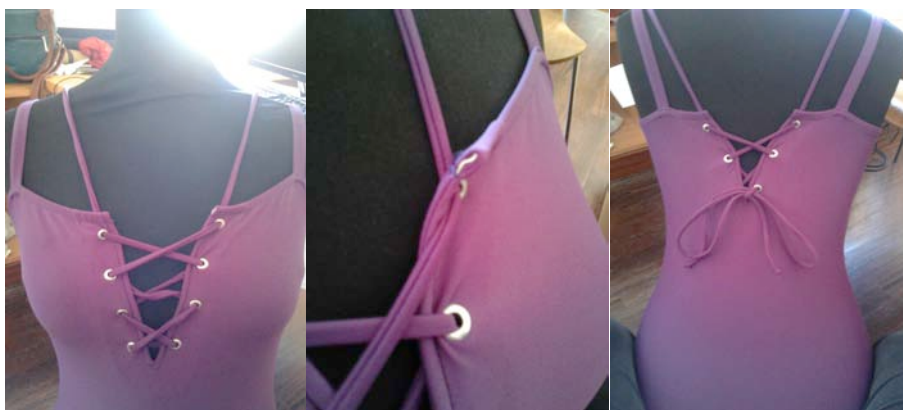


Figura 109: Prototipo Harpia

Correções detetadas no modelo Black Swan, Figura 110

“Silicone deverá ser colocado para poder ser usado sem alças.

A altura do corpo tem de ser aumentada, pois, quando a peça é vestida, fica muito justa e tem tendência a descer pelo corpo.

O tecido das franjas está repuxado.

O excesso de tecido no meio do decote, no interior do fato de banho, tem que ser eliminado.

O molde da cava da cueca deverá ser reduzido 2cm.”

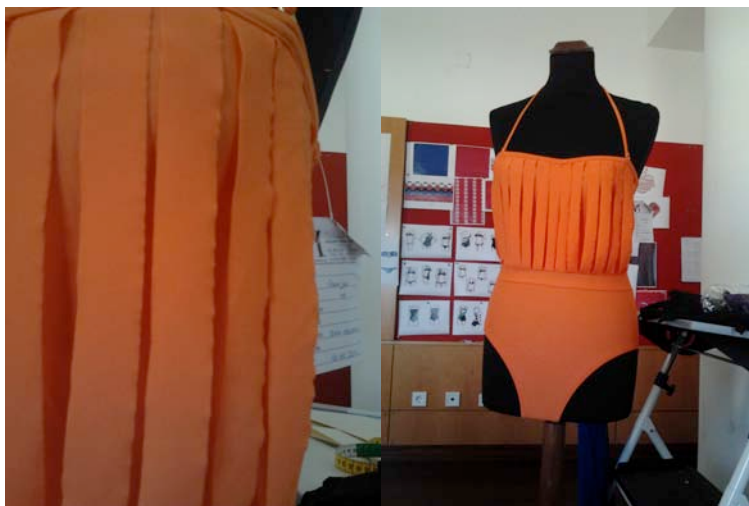


Figura 110: Prototipo Black Swan

Correções detetadas no modelo Fénix, Figura 111

O molde da cava da cueca deverá ser reduzida 2cm.

A primeira linha, tem que passar abaixo do peito, e não no meio, e a curva tem que ser mais acentuada.

A alça não é fixa. É de tirar e pôr.

Tem que ter silicone no decote, para dar o efeito cai-cai.



Figura 111: Prototipo Fenix

Correções detetadas no modelo Bird of Paradise, Figura 112

A costuras visíveis devem ser com costuras invisíveis.

Na parte superior do biquini, a primeira camada só termina na lateral, e não a meio.

O “folho” da cueca e da parte de cima, é tecido cortado a 45° graus, e não um tecido franzido.

A cor do tecido só altera no “folho”, o restante permanece na mesma cor.

Na cueca introduzir uma 2ª face.



Figura 112: Prototipo Bird of Paradise

Correções detetadas no modelo Serpenteis Figura 113

Parte de cima com duas caixas de peito, ligadas em entre si, com fios.

Tirar 9 cm á largura, na parte de cima do biquini.

Na cueca introduzir uma 2ª face.

A costuras visíveis devem ser com costuras invisíveis.

A cueca não é fechada nos lados. Aperta com dois fios.



Figura 113: Prototipo Bird

Fotografia e produção de moda

Após a elaboração das correções, foram desenvolvidos os protótipos finais dos vários modelos selecionados com os tecidos e os padrões.

Fotografias do Produto

Com o objetivo de elaborar um catálogo e uma promoção *online*, quer para o consumidor, quer para os clientes, foi agendada uma produção de moda com 2 manequins profissionais, fotógrafo profissional e styling profissional em estúdio e em ambiente selecionado.

Após a sua realização das fotografias, a equipa reuniu-se e fez a seleção de um conjunto de fotografias mais ilustrativas de cada modelo, tendo o cuidado de selecionar sempre uma imagem do look da frente, do look de lado, o look de costas. Como se pode observar nas figuras: Figura 114, Figura 115, Figura 116, Figura 117, Figura 118, Figura 119, Figura 120, Figura 121, Figura 122, Figura 123, Figura 124, Figura 125, Figura 126, Figura 127, Figura 128.

Modelo Black swan BWR



Figura 114: Imagens de produto Black swan BWR

Black Swan (Retro Bloom)



Figura 115: Imagens de produto Black swan Retro Bloom

Harpia (Preto)



Figura 116: Imagens de produto Harpia (preto)

Harpia (Vermelho)



Figura 117: Imagens de produto Harpia (Vermelho)

Harpia (Azul)



Figura 118: Imagens de produto Harpia (Azul)

Udu (Retro Bloom)



Figura 119: Imagens de produto Udu (Retro Bloom)

Udu (BWR)



Figura 120: Imagens de produto Udu (BWR)

Fénix



Figura 121: Imagens de produto Fénix

Bird of Paradise (Blossom)



Figura 122: Imagens de produto Bird of Paradise (Blossom)

Bird of Paradise (BWR)



Figura 123: Imagens de produto Bird of Paradise (BRW)

Lori (lovely green)



Figura 124: Imagens de produto lori (Lovely green)

Serpentis (Blossom)



Figura 125: Imagens de produto Serpentis (Blossom)

Serpentis (Lovely Green)



Figura 126: Imagens de produto Serpentis (Lovely green)

Tarin (Night Light)



Figura 127: Imagens de produto tarin (Night Light)

Tarin: Retro Bloom



Figura 128: Imagens de produto tarin (Retro bloom)

Sessão Fotográfica

Para uma segunda parte, foi seleccionado um ambiente específico: o jardim zoológico da Maia. Este foi escolhido pela equipa da Enamorata.

Segundo a opinião da chefia e equipa de marketing, os ambientes seleccionados, foram baseados num conceito para transmitir melhor a estética visual do produto final, bem com uma linguagem de moda atual, como podemos ver em baixo na Figura 129, Figura 130, Figura 131, Figura 132, Figura 133, Figura 134, Figura 135, Figura 136, Figura 137, Figura 138.



Figura 129: Sessão Fotográfica: tarin (Retro bloom)



Figura 130: I Sessão Fotográfica: Serpents (Blossom)



Figura 131: Sessão Fotográfica: Fénix



Figura 132: Sessão Fotográfica: Black swan (Retro Bloom)



Figura 133: Sessão Fotográfica: tarin (Night Light)



Figura 134: Sessão Fotográfica: Bird of Paradise (Blossom)



Figura 135: Sessão Fotográfica: Harpia (preto)



Figura 136: I Sessão Fotográfica: Iori (Lovely green)



Figura 137: I Sessão Fotográfica: Udu (BWR)

Capitulo III

Conclusão

Conclusão

Afirmando como determinante na sociedade, a Moda é a forma como vemos o mundo, como vemos o que nos rodeia.

Sem presunção de a ver como o elemento que faz uma sociedade “mexer”, a moda é elemento que usamos para a nossa própria representação.

Foi esta forma de ver o mundo, a moda e as suas tribos, que levaram a Designer a enveredar pelo estudo do Design de moda. E posteriormente pela especialização em design têxtil na Universidade da Beira Interior.

A vontade de adquirir mais competências no que toca a área têxtil, adveio da necessidade de conhecer melhor o material usado na elaboração de uma coleção e a sua viabilidade de execução.

A oportunidade de colaborar com uma marca direccionada para moda praia permitiu-me experienciar a real responsabilidade de um designer.

Para atingir o propósito proposto pela marca, a Designer teve desde logo de se colocar no lugar do seu publico-alvo, no sentido de perceber aquilo que este procura, as suas preferencias e até preocupações, uma vez que se trata de uma marca de produtos a usar na praia ou ambientes semelhante mas mais importante para mulheres entre os 30 e os 50 anos de idade.

O facto de desenvolver uma coleção para esse grupo específico de mulheres, a designer teve que ter conta as suas inseguranças e procurou criar peças que tornassem o corpo feminino mais bonito e que desse ao seu publico segurança e à vontade para os usar sem complexos.

Outro fator importante foi o padrão a criar que também teve de ser pensado tendo em conta o tema proposto pela marca e pelas tendências de verão daquele ano.

Uma vez que se trata de uma marca direccionada para a classe media/alta e que os produtos tem que uma produção cem por cento Portuguesa, o valor final apesar do momento financeiro do país, a marca orientou-se sempre para a classe media Alta, optando por materiais de boa qualidade e por uma produção nacional.

Esta experiência foi bastante enriquecedora pois Designer pôde aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo da sua formação (utilizando técnicas de trabalho, como a estamparia digital, e vendo na sua forma concreta o resultado final da coleção por si idealização.

Partindo do painel de inspiração, que serviu como fio condutor ao longo da construção da coleção, passando pela recolha de informação sobre o tema- lenço dos namorados- cores até às várias fases do desenvolvimento que levam a um modelo final, para de seguida tratar da estamparia.

Os vários passos para a construção da coleção foram sempre encabeçados e acompanhados pela Designer. Desde logo, na criação do painel, a Designer procurou os elementos que iam de encontro ao proposto pela marca, sendo esse painel não só a base da coleção, mas também o fio condutor ao longo da criação.

A recolha de informação acerca do tema foi um dos momentos de construção mais importantes para a Designer.

Nesta fase a Designer teve que lidar com a imposição da marca quanto ao tema, o que poderá assumir uma dualidade de sentimentos, por um lado porque a limita, o seu lado criativo, mas por outro lado, o facto de já haver uma direcção pré-concebida permite à Designer uma acção mais célere no estudo e investigação sobre o tema.

A estamparia, principalmente feita a mão e depois em formato digital. foi também de responsabilidade do designer permitindo aqui, sob supervisão, criar de forma livre.

O momento da produção de moda para a Designer outro momento marcante pois foi a concretização do seu trabalho.

Passar por todas as fases inerentes a construção de uma coleção de moda permitiu à Designer crescer enquanto profissional, aprender mais, não só sobre a construção, mas também sobre a confeção das peças, o superar algumas dificuldades próprias da aprendizagem cognitiva e saber trabalhar sob pressão, com prazos curtos e por vezes com o processo criativo limitado a um olhar que nem sempre é nosso

Durante esta experiência, a designer segundo a visão da marca, teve a oportunidade de aplicar varias técnicas que conhecia na vertente teórica compreendendo melhor tudo o que envolve a criação de uma coleção desde o primeiro esquisso, até à produção de moda.

A colaboração com a marca Enamorata foi uma experiência muito positiva porque a designer pode conhecer-se melhor enquanto indivíduo e isso acaba por se refletir no seu trabalho, assim como aprendem a ser mais independente e segura das suas escolhas, e a trabalhar segundo a visão da marca, atingindo o resultado por esta desejado.

Mais importante de realçar em toda esta experiência foi efectivamente uma maior tomada de consciência tanto no que toca ao caminho que se faz até chegar à realização da peça como à importância do designer e da moda na sociedade.

Bibliografia

Renfrew, E. Renfrew, C. (2010) Creación de una colección de moda. Editora Gustavo Gil

Udale, J (2008) Diseño textil Tejidos y Técnicas. GG

Shariff, Z. Newmwn, (2009) A. Fashion A to Z: An Illustrated Dictionary. Laurence King Publisher

Jones S.J. Fashion design: O manual do Designer Gustavo Gil

Agis, D., Bessa, D., Gouveia, J., Vaz, Paulo (2010) Vestindo o Futuro, Macrotendências para a Indústria Têxtil, Vestuário e Moda até 2020, ATP

Faerm, Steven (2010) Curso de design de Moda. Princípios, prática e técnicas, Editora Gustavo Gil

Fisher, A. (2009) Basics Fashion Design. Construction, AVA Publishing

Gerval, O. (2008) Estudos e Productos, Editorial Acanto

Hallet, C. E Johnston, A. (2010) Fabric for Fashion, Laurence King Publishing

Drudi, E.(2008) Fabric: Textures & Patterns, The Pepin Press BV

Sarger, R., Udale, Jenny (2006) The Fundamentals of Fashion Design, AVA Publishing

Seivewright, S. (2007) Research and Design, AVA Publishing

Aaker, D (1995) Building strong Brands, Free Press

Kotter J., Leading change (1996), Harvard Business School Press

Revistas:

Beachwear on Stage - Novembro de 2012

Blint nº65- Novembro de 2012

Sports Illustrated- Janeiro de 1969

Sports Illustrated- Fevereiro de 1983

Sports Illustrated- Janeiro de 1996

Netgrafia

Sites visitados desde Setembro de 2012 até Outubro de 2013

- <http://www.totalprosports.com/2013/06/13/the-15-sports-illustrated-swimsuit-cover-models-of-the-80s-and-90s-then-and-now>
- http://sportsillustrated.cnn.com/multimedia/photo_gallery/0806/best.swimsuits.1970/content.4.html
- <http://tendenciasonline.com/soc.php>
- <http://world4.eu/strapless-swimwear-retro-60s/>
- <http://modaiemanja.blogspot.pt/2010/06/cartela-de-cores.html>
- <http://www.victoriana.com/library/Beach/FashionableBathingSuits.htm>
- <http://www.victoriana.com/Fashion/1920s/vintageswimsuit.html>
- <http://stgfashiondesign.sydneyinstitute.wikispaces.net/file/view/history+of+swimwear.pdf>
- <http://vintageladies.tumblr.com/>
- <http://www.mosamuse.com/a-trip-down-memory-lane-vintage-swimsuits/>
- <http://www.slideshare.net/senacsaopaulo/apresentao-moda-praia>

- <http://tlc.howstuffworks.com/style/history-of-womens-bathing-suits10.htm>
- <http://vintagefashionguild.org/fashion-history/swim-wear-history/>
- <http://www.bakuaustralia.com.au/swimwear-articles/article/trends-in-womens-swimwear/>
- <http://www.swimsuit-style.com/swimsuits.html>
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Swimwear>
- http://www.huffingtonpost.com/2008/06/04/the-best-70s-swimsuits-sl_n_105202.html
- <http://s1077.photobucket.com/user/guynlgbch/media/US%20Vogue%201276/08-1.jpg.html>
- <http://www.80sactual.com/2012/03/fashion-1989-beach-and-other-wear.html>
- <http://sportsillustrated.cnn.com/vault/swimsuit/coverfeatured/9519/index.htm>
- <http://kyraforecasting.blogspot.pt/2007/07/history-of-swimwear.html>
- <http://enamorata.pt/loja/pt/>
- http://api.ning.com/files/qUZ7jW6MfyTqRD1eN8hPtONgOHlZKI5-yeOm2g0mW0Nzad*I6NwKfeTLJpWix1-7W1xm42Dhed4gp6eKFUqiaie3dsKOnj20/FibrasTexteis.PDF
- http://www.prschool.ge/img/every_day/Fashion%20Marketing.pdf
- http://www.ead.fea.usp.br/Semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/marketing/MKT65_-Posicionamento_de_marcas.PDF
- <http://edition.cnn.com/2013/06/21/living/btn-bathing-suits-by-the-numbers/index.html>
- <http://www.victoriana.com/Fashion/victorian-bathing-suit.html>

